



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA**  
**INSTITUTO DE HUMANIDADES, ARTES E CIÊNCIAS PROF. MILTON SANTOS**  
**PROGRAMA MULTIDISCIPLINAR DE PÓS-GRADUAÇÃO EM**  
**CULTURA E SOCIEDADE**

**LUIZ GUSTAVO SANTANA CAMPOS**

**A REGULAMENTAÇÃO PARA O VÍDEO SOB DEMANDA: DISCUSSÕES SOBRE A**  
**CONSTRUÇÃO DE UMA NORMATIVA PARA O DESENVOLVIMENTO DO**  
**AUDIOVISUAL NACIONAL**

**Salvador**

**2023**

**LUIZ GUSTAVO SANTANA CAMPOS**

**A REGULAMENTAÇÃO PARA O VÍDEO SOB DEMANDA: DISCUSSÕES SOBRE A  
CONSTRUÇÃO DE UMA NORMATIVA PARA O DESENVOLVIMENTO DO  
AUDIOVISUAL NACIONAL**

Dissertação apresentada ao Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade do Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Prof. Milton Santos da Universidade Federal da Bahia como requisito para obtenção do grau de mestre.

Orientadora: Profa. Dra. Giuliana d'El Rei de Sá  
Kauark

Coorientadora: Profa. Dra. Daniele Pereira Canedo

Linha de Pesquisa: Cultura e Desenvolvimento

**Salvador**

**2023**

Dados internacionais de catalogação-na-publicação  
(SIBI/UFBA/Biblioteca Universitária Reitor Macedo Costa)

Campos, Luiz Gustavo Santana.

A regulamentação para o vídeo sob demanda: discussões sobre a construção de uma normativa para o desenvolvimento do audiovisual nacional / Luiz Gustavo Santana Campos. - 2023.  
141 f.: il.

Orientadora: Profa. Dra. Giuliana d'El Rei de Sá Kauark.

Coorientadora: Profa. Dra. Daniele Pereira Canedo.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal da Bahia, Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos, Salvador, 2023.

1. Comunicação e cultura. 2. Comunicações digitais - Aspectos sociais. 3. Comunicações digitais - Aspectos políticos. 4. Recursos audiovisuais - Política governamental - Brasil. 5. Recursos audiovisuais - Legislação - Brasil. 6. Vídeo sob demanda - Política governamental - Brasil. 7. Vídeo sob demanda - Legislação - Brasil. I. Kauark, Giuliana d'El Rei de Sá. II. Universidade Federal da Bahia. Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos. III. Título.

CDD - 302.234

CDU - 659.3:316.77

### PARECER DA BANCA EXAMINADORA

**MESTRANDO: LUIZ GUSTAVO SANTANA CAMPOS**

**TÍTULO DA DISSERTAÇÃO: “A REGULAMENTAÇÃO PARA O VÍDEO SOB DEMANDA: DISCUSSÕES SOBRE A CONSTRUÇÃO DE UMA NORMATIVA PARA O DESENVOLVIMENTO DO AUDIOVISUAL NACIONAL”**

**ÁREA DE CONCENTRAÇÃO:** Cultura e Sociedade **LINHA DE PESQUISA:** Cultura e Desenvolvimento

DATA DA DEFESA: 31/08/2023

HORA: 14h30

LOCAL: web conferência

**BANCA EXAMINADORA:**

**ASSINATURAS:**

**1. ORIENTADORA:** Profa Dra Giuliana D'el Rei de Sá Kauark \_\_\_\_\_

Documento assinado digitalmente  
 **GIULIANA D EL REI SA KAUARK**  
Data: 31/08/2023 17:25:49-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

**2. CO-ORIENTADORA:** Profa Dra Daniele Pereira Canedo \_\_\_\_\_

Documento assinado digitalmente  
 **DANIELE PEREIRA CANEDO**  
Data: 04/09/2023 15:05:39-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

**3. EXAMINADORA EXTERNOA:** Profa Dra Alessandra Meleiro \_\_\_\_\_

Documento assinado digitalmente  
 **ALESSANDRA MELEIRO**  
Data: 04/09/2023 13:54:00-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

**4. EXAMINADOR INTERNO:** Prof. Dr. Adriano de Oliveira Sampaio \_\_\_\_\_

Documento assinado digitalmente  
 **ADRIANO DE OLIVEIRA SAMPAIO**  
Data: 04/09/2023 10:02:37-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

**RESULTADO:**

A BANCA EXAMINADORA, APÓS O EXAME DA DISSERTAÇÃO E ARGUIÇÃO DO (A) CANDIDATO (A), DECIDIU PELA:

- aprovação da Dissertação com distinção, por sua excepcional qualidade e extrema originalidade.
- aprovação da Dissertação.
- reprovação da Dissertação.
- reformulação da Dissertação , indicando o prazo de sessenta dias para apresentar a nova versão.

**CONSIDERAÇÕES:**

A banca considera que a pesquisa apresenta originalidade na estruturação da dissertação no formato de artigos, qualidade analítica e potencial para contribuir com as políticas públicas para o audiovisual e com a regulação do VOD no Brasil.



AUTENTICAÇÃO DA PRESIDENTE DA BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente  
**gov.br** GIULIANA D EL REI SA KAUARK  
Data: 31/08/2023 17:27:35-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

\_\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_

AUTENTICAÇÃO DO ALUNO

Documento assinado digitalmente  
**gov.br** LUIZ GUSTAVO SANTANA CAMPOS  
Data: 12/09/2023 18:27:19-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

\_\_\_\_\_

PREENCHER SOMENTE EM CASO DE REFORMULAÇÃO DO PROJETO DE DISSERTAÇÃO:

O(a) Mestrando(a) apresentou a reformulação e o Projeto de Dissertação foi APROVADO pela Banca

O(a) Mestrando(a) apresentou a reformulação e o Projeto de Dissertação foi REPROVADO pela Banca

AUTENTICAÇÃO DO(A) PRESIDENTE DA BANCA EXAMINADORA

AUTENTICAÇÃO DO(A) ALUNO(A)

\_\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_

\_\_\_\_\_

## AGRADECIMENTOS

Sempre estive rodeado de pessoas boas e todos os momentos importantes da minha trajetória pessoal e profissional foram compartilhados por gente que marcou minha vida. O motivo de ter escolhido fazer mestrado em um programa em Salvador se deve por quem sempre esteve ao meu lado, minha mãe. Celinha, como chamam aqueles mais próximos dela, é mulher guerreira e mesmo criando um filho em São Paulo, sempre fez questão de falar do amor por Salvador e pela cultura de sua terra. Cresci ouvindo das idas dela ao Teatro Vila Velha, Castro Alves e o testemunho do início da carreira de Brown, Chiclete, Daniela, Margareth e tantos outros grandes artistas de Salvador. Quando o destino me deu a oportunidade de viver a Bahia para além dos períodos de férias que eu passei durante minha infância e adolescência, senti que era uma forma de retribuir toda a formação dada por Celinha. O Luiz Gustavo apaixonado por cultura é produto direto de uma mãe apaixonada por cultura. Minha mãe, assim como meu pai e meu irmão sempre me acompanharam, cada um da sua forma, e eu sou extremamente grato.

A Bahia também colocou pessoas incríveis no meu caminho, verdadeiros amigos que me fizeram crescer muito como profissional e pessoa, tornando o período em Salvador seduzente, intenso e marcante. Principalmente Gustavo Falabella, Igor Souza, Sofia Mettenheim e Iuri Assunção, meus eternos companheiros de aventura.

Estendo meus agradecimentos à equipe do OBEC-Bahia, um grupo de gente boa e extremamente competente que me transformaram no profissional que sou hoje e me fizeram aumentar ainda mais minha paixão pela economia criativa e minha crença no papel da Universidade Pública como contribuidora de melhorias para a sociedade. No momento mais intenso da pandemia, a equipe do OBEC era minha companhia diária para enfrentar esse período complicado e eu não poderia ser grato por melhor companhia, mesmo que virtual.

Este trabalho não seria nenhum pouco possível se não fosse pela incrível Daniele Canedo, orientadora deste trabalho e que hoje considero minha amiga. Dani é minha inspiração profissional e pessoa que me enche de admiração pela mulher, mãe e defensora da cultura que ela é. Que este seja o início de uma parceria que possa se estender ao longo de muito tempo.

Por último, Mariana, minha companheira que torna minha vida mais leve, interessante e disposto a sempre fazer o melhor.

## RESUMO

Nos últimos anos, o setor audiovisual presenciou a explosão de um novo serviço, o vídeo sob demanda. Estabelecendo um novo paradigma em todas as etapas da cadeia produtiva do audiovisual, o vídeo sob demanda é um segmento já consolidado e intensificado após a pandemia da Covid-19. Os números de acessos e assinaturas, assim como a quantidade de novas plataformas e empresas, aumentaram consideravelmente e impuseram uma importância política e econômica para esses novos serviços. Esse novo fenômeno trouxe à tona a necessidade de uma regulamentação que incorpore os novos serviços, seja através da adequação de legislações anteriores, seja através da criação de um novo texto normativo. Este trabalho surge da necessidade de se debater este tema, analisando o estado da arte sobre a regulamentação para o vídeo sob demanda, discutindo valores importantes para o audiovisual como diversidade cultural e acesso à cultura, além do olhar para experiências normativas anteriores, entendendo o que deve ser mantido ou o que deve ser revisado na construção de um texto que não impeça a inovação, ao mesmo tempo que estabeleça obrigações aos serviços deste novo segmento do audiovisual.

**Palavras-chave:** vídeo sob demanda, regulamentação, OTT, audiovisual, streaming

## ABSTRACT

In recent years, the audiovisual sector has witnessed the explosion of a new service, video on demand. Establishing a new paradigm in all stages of the audiovisual production chain, video on demand is a segment already consolidated and intensified after the COVID-19 pandemic. The numbers of accesses and subscriptions, as well as the number of new platforms and companies, increased considerably and imposed a political and economic importance for these new services. This new phenomenon has brought to light the need for a regulation that incorporates the new services, either through the adaptation of previous legislation, or through the creation of a new normative text. This work arises from the need to debate this theme, analyzing the state of the art on the regulation for video on demand, discussing important values for the audiovisual as cultural diversity and access to culture, in addition to looking at previous normative experiences, understanding what should be maintained or what should be revised in the construction of a text that does not impede innovation while establishing obligations to the services of these new audiovisual segment.

**Keywords:** video on demand, regulation, OTT, audiovisual, streaming

## LISTA DE TABELAS E GRÁFICOS

### 2. REGULAÇÃO DO VÍDEO SOB DEMANDA NA AMÉRICA DO SUL: UM OLHAR PARA O ESTADO DA ARTE

Tabela 1 - Grupos de palavras-chave.....	23
Tabela 2 - Quantidade de trabalhos científicos encontrados nas bases de dados de pesquisa.....	24
Tabela 3 - Portfólio bibliográfico.....	27

### 3. AMPLIAÇÃO DO CONSUMO CULTURAL NO AMBIENTE DIGITAL: VÍDEO SOB DEMANDA, DIVERSIDADE CULTURAL E ACESSO À CULTURA

Gráfico 1 - Aumento do tempo de visualização do <i>streaming</i> entre dezembro/2019 - dezembro/2020.....	45
Gráfico 2 - Aumento no tempo de visualização do <i>streaming</i> na América do Sul 2019 - 2020.....	45
Gráfico 3 - Tempo médio (em horas e minutos) de consumo de TV por broadcast e TV online em um dia.....	46

### 4. OBSERVANDO O PASSADO PARA PENSAR O FUTURO: A CONSTRUÇÃO DE UMA REGULAMENTAÇÃO PARA O VÍDEO SOB DEMANDA

Tabela 1 - Comparativo entre valores captados por mecanismos de incentivo fiscal e valores arrecadados pela Condecine entre 2006 e 2021 (em Reais).....	84
Gráfico 1 - Valores captados pelo artigo 39 da MP 2228-1/2001 X Valores arrecadados pela Condecine Remessa, entre 2006-2021 (em Reais).....	85
Gráfico 2 - Participação da Condecine Teles nos valores arrecadados por todos os tipos de Condecine - Em Reais (R\$) .....	87

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANATEL - Agência Nacional de Telecomunicações  
ANCINAV - Agência Nacional do Cinema e o do Audiovisual  
ANCINE - Agência Nacional do Cinema  
AVMSD - Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual  
BDTD - Biblioteca Digital Brasileira e Teses e Dissertações  
BPB - Banco de Publicações Brutas  
CEE - Comunidade Econômica Europeia  
CEPAL - Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe  
CETIC.Br - Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação  
CONDECINE - Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional  
CSC - Conselho Superior de Cinema  
DRU - Desvinculação de Receitas da União  
FSA - Fundo Setorial do Audiovisual  
GEDIC - Grupo Executivo de Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica  
IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas  
IPCult - Índice de Preços da Cultura  
LAB - Lei Aldir Blanc  
LabMCDA - Laboratório de Metodologias Multicritério em Apoio a Decisão  
MP -Medida Provisória  
OBEC-Bahia - Observatória de Economia Criativa da Bahia  
OCA - Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual  
OCDE - Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico  
OTT - Over the top  
PL - Projeto de lei  
POF - Pesquisa de Orçamentos Familiares  
PNAD - Contínua - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios  
PDT - Partido Democrático Trabalhista  
PSD- Partido Social Democrático  
PT - Partido dos Trabalhadores  
ProKnow-C - Knowledge Development Process - Constructivist  
SAV - Secretaria do Audiovisual  
SeAC - Serviço de Acesso Condicionado

SIIC - Sistema de Informações e Indicadores Culturais

SMIT - Studies in Media, Innovation and Technology

SSRN - Social Science Research Network

TIC - Tecnologias da Informação e da Comunicação

UE - União Europeia

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

VOD - Video On Demand

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>2. REGULAÇÃO DO VÍDEO SOB DEMANDA NA AMÉRICA DO SUL: UM OLHAR PARA O ESTADO DA ARTE.....</b>	<b>17</b>
2.1 Introdução.....	17
2.2 Procedimentos Metodológicos.....	21
2.3 Aplicação da Metodologia Proknow-C para a Regulação dos Serviços de Vídeo Sob Demanda.....	23
2.3.1 Seleção das Palavras-Chave.....	23
2.3.2 Seleção da Base de Dados.....	24
2.3.3 Processo de Filtragem.....	25
2.4 Análise e Discussão dos Resultados.....	27
2.4.1 Regulação para Novas Tecnologias.....	29
2.4.2 Entraves e Potencialidades da Regulamentação do Vídeo sob Demanda.....	30
2.4.3 Diferenças entre a Construção Regulatória na Europa e na América Latina.....	32
2.4.4 Relação entre VOD e TV por Assinatura.....	33
2.5 Conclusão.....	34
2.6 Referências.....	35
<b>3. AMPLIAÇÃO DO CONSUMO CULTURAL NO AMBIENTE DIGITAL: VÍDEO SOB DEMANDA, DIVERSIDADE CULTURAL E ACESSO À CULTURA.....</b>	<b>39</b>
3.1 Introdução.....	39
3.2 Aumento do Vídeo sob Demanda e do Consumo de Vídeo nos Últimos Anos.....	43
3.3 Digitalização é Sinônimo de Diversidade Cultural?.....	47
3.4 Conectividade e Consumo de Cultura Digital no Brasil.....	54
3.5 Conclusão.....	58
3.6 Referências.....	59
<b>4. OBSERVANDO O PASSADO PARA PENSAR O FUTURO: A CONSTRUÇÃO DE UMA REGULAMENTAÇÃO PARA O VÍDEO SOB DEMANDA.....</b>	<b>63</b>
4.1 Introdução.....	63
4.2 Experiências Além-Mar.....	70
4.3 Olhando para o Passado.....	77
4.3.1 Lei 8.685 de 1993 - A Lei do Audiovisual.....	78
4.3.2 Medida Provisória 2.228-1/2001.....	80
4.3.3 Lei 12.485 de 2011 - A Lei do Serviço de Acesso Condicionado.....	86

<b>4.4 Conclusão.....</b>	<b>90</b>
<b>4.5 Referências.....</b>	<b>94</b>
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>97</b>
<b>6. REFERÊNCIAS.....</b>	<b>105</b>
<b>ANEXO 1 - Regulação do vídeo sob demanda na América do Sul: Um olhar para o estado da arte (Versão publicada em: Chasqui - Revista Latinoamericana de Comunicación).</b>	
<b>ANEXO 2 - Ampliação do consumo cultural no ambiente digital: Vídeo sob demanda, diversidade cultural e acesso à cultura (Versão publicada em: Revista Temática)</b>	

## 1. INTRODUÇÃO

Não seria nenhum exagero dizer que o brasileiro é um povo apaixonado pelo audiovisual. Nas suas mais diversas formas, conteúdos e modos de exibição, desde o começo do século XX o Brasil abraçou o cinema, tendo uma produção própria de longa metragens já entre 1908 e 1911 no que pode ser entendido como a tentativa do estabelecimento de uma indústria cinematográfica, ação interrompida pelo início da Primeira Guerra Mundial (GOMES, 1980). Nos anos que se passaram desde o início do século XX, esse perceptível interesse pelo audiovisual como expressão artística e indústria continuou a ser constatado no cinema e todas as suas mudanças posteriores, mas também na televisão e mais atualmente no vídeo sob demanda (VOD, na sigla em inglês). A centralidade do Brasil enquanto mercado relevante para o audiovisual é constatada em todas esses períodos, não sendo exatamente uma surpresa, uma vez que se trata de uma relevância justificada pelo tamanho da população, mas também influenciada pela vontade e hábito de consumir audiovisual. Para além do cinema, desde o início da segunda metade do século XX com a chegada da televisão, esse hábito foi se solidificando na rotina da sociedade brasileira como um momento de lazer.

É importante frisar que quando falamos de um hábito de consumir não estamos falando de um comportamento inerente à população brasileira, mas sim o resultado de iniciativas e políticas que estimularam esse tipo de consumo e foram incorporadas à rotina das famílias. Nessa perspectiva, o grande consumo de conteúdo audiovisual através do vídeo sob demanda pode ser entendido ao menos, a partir de duas ocorrências: a primeira é o baixo acesso da população brasileira a equipamentos culturais como teatros, museus e galerias, dando força ao consumo de audiovisual enquanto opção de lazer e cultura para uma parcela da população; o segundo foi a pandemia da Covid-19 que restringiu os espaços coletivos e deslocou o consumo cultural exclusivamente para dentro de casa, acelerando ainda mais um processo de intensificação e consolidação da centralidade do VOD no ecossistema do audiovisual.

Néstor Garcia Canclini (1995) é certo em defender a ideia de que a América Latina - e consequentemente o Brasil, já que a realidade nacional é consonante em muitos aspectos ao da região - possui um caráter subdesenvolvido da produção endógena, característica esta que não é válida para a questão do consumo. Ou seja, ainda que sejamos grandes consumidores (e isto envolve bens culturais), as formas nas quais este consumo se dá, está relacionada à equipamentos e produções advindas do centro. E a partir dessa relação de dependência constituída com produções, equipamentos e empresas advindas do centro, se

torna justificável o estabelecimento de mecanismos que garantem a diversidade cultural e o estímulo à produção nacional, em uma perspectiva baseada e defendida pela Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais das Nações Unidas, de um entendimento dos bens e produtos culturais como um caso específico de trocas mercadológicas. Assim, a pauta sobre uma regulamentação para o vídeo sob demanda pode ser apresentada a partir do raciocínio acima, procurando garantir esses importantes valores para o audiovisual brasileiro, fazendo que, assim como outras janelas de exibição como cinema e TV a cabo, o VOD também esteja contemplado por um normativo específico.

O objetivo de olhar para a questão da regulamentação do vídeo sob demanda foi construído logo no início da trajetória no Programa de Pós Graduação Multidisciplinar em Cultura e Sociedade da Universidade Federal da Bahia, entendendo que atualmente se trata de um tema de destaque para as políticas audiovisuais e que o desenvolvimento de pesquisa nesse âmbito poderia contribuir com a discussão. Seguindo a multidisciplinaridade proposta pelo programa, o projeto foi construído a partir de um olhar amplo para a questão, não fechada na análise legislativa, ou puramente no debate teórico, mas também olhando para questões de mercado e consumo de produtos e bens audiovisuais ligados ao VOD e ao *streaming*.

Este trabalho foi estruturado, além desta introdução e da conclusão, em três capítulos que correspondem a três artigos relacionados entre si e com o tema geral deste trabalho. Por se tratar de um tema contemporâneo ao que o trabalho foi desenvolvido, direcionamos nosso olhar para o estado da arte, buscando entender as análises e debates que produções acadêmicas anteriores tinham desenvolvido sobre o tema. Assim, o primeiro capítulo denominado “Regulação do vídeo sob demanda na América do Sul: um olhar para o estado da arte” realizou um levantamento bibliográfico através da metodologia ProKnow-C (Knowledge Development Process - Constructivist), desenvolvida pelo Laboratório de Metodologias Multicritério em Apoio a Decisão (LabMCDA) da Universidade Federal de Santa Catarina. A partir de sucessivos procedimentos que envolveram decisões referentes aos mecanismos de busca, até as palavras-chave que seriam escolhidas para realizar a coleta, passando pela leitura de resumos e dos textos completos, foi construído um Banco de Publicações Brutas inicialmente com 2274 produções acadêmicas, entre artigos, capítulos de livros, dissertações e teses que foi sendo trabalhado e filtrado até chegar em 16 publicações que compuseram o Portfólio Bibliográfico.

O levantamento foi feito pensando no recorte de Argentina, Brasil e Colômbia, três países da América do Sul que possuem destacada atuação no audiovisual, e a partir da

pesquisa das palavras-chave separadas em três grupos que foram combinadas entre si para que a coleta fosse mais certa. Este capítulo, além de apresentar a metodologia e os passos da construção do Portfólio Bibliográfico, também apresenta tendências que aparecem nas produções, como a necessidade de se pensar a regulamentação do vídeo sob demanda a partir de uma perspectiva mais ampla da regulamentação de plataformas e serviços digitais.

Após o levantamento do estado da arte e as tendências na abordagem sobre o VOD, o segundo capítulo “Ampliação do consumo cultural no ambiente digital: vídeo sob demanda, diversidade cultural e acesso à cultura” faz uma análise sobre a relação do vídeo sob demanda com o mercado e o consumo cultural. Essa perspectiva é central no debate sobre estes novos serviços, sobretudo para dar a dimensão da importância deles atualmente para a economia do audiovisual e, conseqüentemente, para o aspecto político. O contexto de pandemia acelerou algumas projeções sobre o segmento do VOD e intensificou a forma do consumo audiovisual com a realidade da sociedade que teve de ficar isolada para evitar o avanço da doença.

O texto do segundo capítulo é construído sobre três pilares. Inicialmente ele traz dados de mercado que ilustram o avanço do VOD pelo mundo, tanto em termo de número de acessos e assinaturas dos serviços, quanto em relação à pluralidade de serviços oferecidos ao público. O Brasil, como citamos anteriormente, é um país que possui números destacados, sendo o terceiro país com a maior base de assinantes da Netflix no mundo e, conseqüentemente, alavancando os números da América Latina. Através de dados extraídos de relatórios produzidos por empresas de consultorias e institutos de pesquisa, assim como informações divulgadas pelas próprias empresas de VOD é possível entender o avanço do segmento e a potencialidade para alcançar novos públicos e distribuir novos conteúdos.

O segundo pilar busca realizar um debate sobre diversidade cultural, estabelecendo um diálogo sobre a dimensão das potencialidades que são atribuídas ao VOD e o que podemos de fato perceber na atuação. Através de teorias como A Teoria da Cauda Longa e das Teorias das Super Estrelas, além de conceitos relacionados à diversidade cultural, o texto procura entender de fato as estratégias presentes no VOD para impulsionar a diversidade cultural do que as pessoas estão consumindo de produção audiovisual. Toda essa discussão, contudo, não está alheia às questões socioeconômicas do Brasil que impactam diretamente na possibilidade e na forma como a população exerce um consumo cultural na internet. Assim, o terceiro pilar do texto discute rapidamente o acesso à cultura no Brasil, através de dados de pesquisas como a Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílios - Contínua (PNAD - Contínua), a TIC Domicílios e o Sistema de Informações e Indicadores Culturais (SIIC), buscando entender o

nível de conectividade no país e a forma como a população acessa a internet e consome conteúdos audiovisuais.

O terceiro capítulo adentra finalmente ao tema da regulamentação, olhando para a iniciativa europeia de normativa para o VOD e os marcos regulatórios brasileiros anteriores, na tentativa de elencar pontos destacáveis e que precisam ser analisados com atenção para a construção de uma boa regulamentação para o caso do Brasil. Denominado “Observando o passado para pensar o futuro: a construção de uma regulamentação brasileira para o vídeo sob demanda”, o texto trata primeiramente da forma como a União Europeia enquanto bloco regional construiu uma regulamentação para o vídeo sob demanda através da Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual. O texto de 2018 é um avanço da versão anterior, de 2010, e por conseguinte de outras normativas que se iniciaram em 1989, mais atentos na época à demanda do *broadcasting*, mas incorporando outros tipos de serviços ao longo dos anos.

Além do caso europeu, o texto também olha para marcos normativos do audiovisual brasileiro que foram importantes para a evolução do setor, especificamente da Lei 8.685 de 1993, conhecida como Lei do Audiovisual; da Medida Provisória 2.228-1 de 2001; e da Lei 12.485 de 2011, a Lei do Serviço de Acesso Condicionado. Esses três textos normativos foram escolhidos por conterem conteúdos importantes para se pensar uma regulamentação para o vídeo sob demanda, como mecanismos de obrigações financeiras diretos e indiretos, a criação da Ancine e mecanismos de obrigações não financeiras como a cota de telas e a inibição de verticalização das empresas de telecomunicações. O objetivo do texto é olhar para essas iniciativas e analisar seus impactos para o audiovisual e para a cultura brasileira, entendendo o que deve ser mantido e o que deve passar por uma revisão para a construção de uma regulamentação do vídeo sob demanda.

A escolha por estruturar o trabalho como artigos se deu pela ideia de desenvolver textos que pudessem ser independentes entre si, ao passo que ainda são interligados por um mesmo tema. Além disso, entendendo o contexto de produtividade na qual os cursos de pós-graduação estão inseridos no Brasil, a construção de artigos que compusessem uma coletânea sobre um mesmo tema poderia contribuir para o currículo do mestrando e do Programa de Pós-Graduação.

É importante frisar que este trabalho não é o produto exclusivo da trajetória na pós-graduação, uma vez que se entendeu que além do desenvolvimento teórico e acadêmico, a experiência de um mestrando é também o momento de construir uma carreira profissional, estabelecendo relações com pessoas e grupos da área. Nesse sentido, durante toda a trajetória

na pós-graduação foi desenvolvida uma atuação profissional e acadêmica que se relaciona com o tema desta dissertação, sobretudo através do Observatório de Economia Criativa da Bahia, o OBEC.

Nos últimos anos o OBEC, grupo no qual sou pesquisador desde o início do mestrado, vêm construindo uma atuação destacada no campo da economia criativa e das políticas culturais, sendo um novo momento que se iniciou com o desenvolvimento da pesquisa “Impactos da Covid-19 na Economia Criativa”, primeira pesquisa nacional lançada ainda em março de 2020 com o objetivo de mapear as percepções dos fazedores de cultura sobre como a pandemia afetaria a atuação no setor cultural. Foi um trabalho com boas repercussões e que diretamente foi utilizado pela Secretaria de Estado da Cultura da Bahia como referencial teórico para estruturar os recursos da Lei Aldir Blanc (LAB) no estado. A LAB foi o tema de outra importante pesquisa do OBEC, a Pesquisa “Panorama Nacional da Lei Aldir Blanc”, que analisou a implementação da LAB a partir da visão dos gestores públicos, dos instrumentos e dos agentes da cultura.

O período frutífero pelo qual o OBEC passa também gerou pesquisas diretas para o setor audiovisual, realizando projetos com organizações e outras pesquisadoras e profissionais da área. Destaca-se a pesquisa “Audiovisual Baiano em Rede: Análise das redes sociais e da organização produtiva do segmento audiovisual na Bahia” que realizou um levantamento sobre o segmento no estado a partir da caracterização geral das empresas produtoras audiovisuais e do mapeamento das redes sociais informais de informação, criação e confiança. Outra iniciativa foi a colaboração com a equipe do Observatório do Audiovisual Baiano, grupo que se propõe a levantar e sistematizar dados do setor e realizar análise sobre os temas de destaque da área. Essa parceria rendeu o “Anuário do Audiovisual Baiano 2019/2020” além de diversos boletins temáticos, com destaque para o boletim “Audiovisual Baiano no *Streaming*”. Além das experiências citadas, também foi realizada uma parceria com o NordesteLAB, maior evento de negócios audiovisuais que contempla a região Norte, Nordeste e Centro-Oeste, a fim de realizar uma avaliação do evento e das rodadas de negócios.

Os trabalhos desenvolvidos durante o período do mestrado geraram diversas produções como os relatórios finais das pesquisas, ebooks e artigos publicados como “Políticas culturais emergenciais na pandemia da Covid-19? Demandas e estratégias de enfrentamento e as respostas dos poderes públicos”<sup>1</sup>; “A primeira a parar e a última a voltar?

---

<sup>1</sup> CANEDO, Daniele Pereira et al. Políticas culturais emergenciais na pandemia da Covid-19? Demandas e estratégias de enfrentamento e as respostas dos poderes públicos. **Políticas Culturais em Revista**, v. 14, n. 1, p. 165-191, 2021.

Pesquisando os impactos da Covid-19 na Economia Criativa - Um relato de experiência<sup>2</sup>”; “Análise de rede social na produção de longas-metragens da Bahia (2008 a 2020) e a participação das mulheres no cinema<sup>3</sup>”; “Reinvenção da cultura no mundo pós-pandemia? Apontamentos sobre os impactos da Covid-19 na economia criativa<sup>4</sup>”; “Um olhar sobre a emergência aos espaços culturais no interior paulista: diferentes implementações da Lei Aldir Blanc”<sup>5</sup>.

Todos os trabalhos desenvolvidos em paralelo a esta dissertação contribuíram de maneira direta para o entendimento sobre o contexto cultural no Brasil e no mundo e, mais especificamente, sobre os enlances, jogos de poder e contextos no qual o setor audiovisual brasileiro está envolvido. Através dos muitos caminhos, todos convergem no ponto de desejo de contribuição de políticas públicas para a cultura mais eficientes, baseadas em evidências e que tenham impacto real na vida da população brasileira.

## REFERÊNCIAS

CANCLINI, Néstor G. **Consumidores e Cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.

GOMES, Paulo Emílio Salles. **Cinema: Trajetória no Subdesenvolvimento**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980 (Col.

---

<sup>2</sup> CANEDO, et al. A primeira a parar e a última a voltar? Pesquisando os impactos da COVID-19 na economia criativa - Um relato de experiência. **Boletim do Observatório da Diversidade Cultural**, v. 89, n. 3 (ago-set. 2020), p. 24. Belo Horizonte, Minas Gerais: Observatório da Diversidade Cultura, 2020.

<sup>3</sup> COSTA, Leonardo Figueiredo et al. Análise de rede social na produção de longas-metragens da Bahia (2008-2020) e a participação das mulheres no cinema. **Revista GEMInIS**, v. 12, n. 2, p. 345-367, 2021.

<sup>4</sup> CANEDO, et al. Reinvenção da cultura no mundo pós-pandemia? Apontamentos sobre os impactos da Covid-19 na economia criativa.. In: Francisco Humberto Cunha Filho; Mateus Rodrigues Lins; Marcus Pinto Aguiar.. (Org.). **Direitos culturais: múltiplas perspectivas** (vol. v) - impactos da pandemia.. 1ed.Fortaleza: Editora da UECE, 2021, v. v., p. 478-496.

<sup>5</sup> CAMPOS, Luiz Gustavo S.; SANTOS, Flávia C. dos; PERIA, Pedro V. G. Um olhar sobre a emergência aos espaços culturais no interior paulista: diferentes implementações da Lei Aldir Blanc. **Boletim do Observatório da Diversidade Cultural**, v. 94, n. 2 (jul-set. 2021), p. 116. Belo Horizonte, Minas Gerais: Observatório da Diversidade Cultura, 2021.

## 2. REGULAÇÃO DO VÍDEO SOB DEMANDA NA AMÉRICA DO SUL: UM OLHAR PARA O ESTADO DA ARTE<sup>6</sup>

### RESUMO

Os últimos anos foram marcados pelo surgimento dos serviços de vídeo sob demanda como novas tecnologias atuantes em todos os setores da cadeia produtiva do audiovisual. A regulação se coloca como um dos principais pontos da agenda, amplamente discutida por pesquisadores da área. Este artigo apresenta uma revisão de literatura, a partir da construção e análise de um portfólio bibliográfico focado na temática da regulação para os serviços de vídeo sob demanda na Argentina, no Brasil e na Colômbia, entre 2009 e 2019. Os resultados indicam quatro principais temas que aparecem de forma transversal e recorrentemente entre as produções científicas analisadas.

**Palavras-chave:** regulamentação; streaming; vídeo sob demanda; diversidade cultural

### ABSTRACT

The last few years have been marked by the emergence of video-on-demand services as new technologies in all sectors of the audiovisual production chain. The regulation is one of the main points on the agenda being widely discussed by researchers in the area. This article presents a literature review, from the construction and analysis of a database focused on the theme of regulation for video-on-demand services in Argentina, Brazil and Colombia, between 2009-2019. The results indicate four main themes that appear transversally and repeatedly among the scientific productions analyzed.

**Keywords:** regulation; streaming; video on demand; cultural diversity

### 2.1 Introdução

Nos últimos anos a sociedade se deparou com uma nova forma de consumo de conteúdos audiovisuais que têm ganhado cada vez mais espaço, não somente com o consumidor, mas em todas as etapas da cadeia produtiva do setor audiovisual. Se há poucos anos assistir um filme, programa de televisão ou até mesmo um vídeo aleatório, se fazia necessário um ambiente com acesso à energia elétrica para conectar uma televisão ou qualquer outro tipo de monitor, nos dias atuais essa estrutura já não é mais necessária. O maior acesso da população a aparelhos portáteis, assim como o avanço das tecnologias de

---

<sup>6</sup> Artigo publicado parcialmente na Chasqui - Revista Latinoamericana de Comunicación. CAMPOS, Luiz Gustavo Santana; CANEDO, Daniele Pereira. Regulação do vídeo sob demanda na América do Sul: Um olhar para o estado da arte/Regulation of video on demand in South America: a look at the state of the art/Regulación de vídeo bajo demanda en América del Sur: un vistazo para el estado del arte. **Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación**, n. 147, p. 313-331, 2021.

compartilhamento de dados através da internet, possibilitou a popularização dos chamados serviços de vídeo sob demanda (*video on demand* ou VOD, na sigla em inglês).

Apresentando-se como nova forma de produção, distribuição e exibição de conteúdos audiovisuais, os serviços de vídeo sob demanda, de modo geral, são todos caracterizados como parte do grande grupo de serviços *Over the Top* (OTT). Os chamados OTTs podem ser definidos, sobretudo, como um modelo que utiliza a internet para a transmissão de dados para um dispositivo online (ANDRADE et al, 2013). O compartilhamento dos dados a partir dos serviços OTTs comumente é feito através do *streaming*, um “método de transmissão de arquivos em mídia em um fluxo contínuo de dados, que podem ser processados pelo receptor antes que todo o arquivo seja completamente enviado” (SILVA, 2017, p. 3).

A popularização do termo “*streaming*”, ou ainda “plataformas de *streaming*”, como referências a este novo modelo de plataformas, pode causar confusões na população em geral quando, no diálogo, são inseridos termos como OTTs, VOD e tantos outros. Ainda que na linguagem informal todos possam se referir aos serviços oferecidos por empresas como Netflix, Amazon Prime, Hulu e GloboPlay, torna-se importante deixar claro a definição de que o termo “*streaming*” refere-se à tecnologia utilizada para o compartilhamento de dados e arquivos também de outros setores, como o da música. Dessa forma, neste artigo trabalharemos com o termo VOD e suas variações, no intuito de deixar marcado o foco no setor audiovisual.

Muitas das potencialidades dos serviços de VOD estão atreladas às necessidades e desejos do sujeito contemporâneo, em um contexto em que torna-se importante repensar novas dinâmicas e formas de relações acerca do lazer e da sociabilidade, áreas onde o audiovisual sempre se fez presente. Nesta nova dinâmica, três características se destacam como contribuidoras para o sucesso dos serviços de VOD. Primeiro, a possibilidade de assistir um filme, série ou até mesmo vídeos aleatórios enquanto o download ocorre, sem uma preocupação com espaços para o armazenamento do arquivo. Outro ponto que pode ser destacado é a viabilidade do consumo de conteúdo audiovisual em aparelhos portáteis durante o deslocamento rotineiro entre curtas distâncias - como o trajeto casa-trabalho -, ou ainda em deslocamentos de maior duração.

Como terceira característica, destaca-se a capacidade de subversão da atuação passiva do espectador. Diferentemente da programação linear - característica dos modelos tradicionais do audiovisual - que concentra o controle dos horários e frequência de exibição sob decisão das empresas, o VOD dá oportunidades para que o espectador seja agente ativo do próprio consumo audiovisual, conferindo-lhe capacidade de personificação da programação a partir de

suas preferências individuais. Se por um lado há aqueles que preferem acompanhar lentamente o desenrolar da narrativa, mantendo a apreensão para descobrir os caminhos que serão tomados pelo roteiro, por outro lado, há aqueles que deixam a ansiedade e o envolvimento falar mais alto e assistem a vários episódios em sequência. Termos como “maratona” (*binge watching*, no inglês) passaram a fazer parte do cotidiano dos usuários desses serviços, em que a imersão no universo retratado nas telas - agora de diferentes tamanhos - se dá de maneira intensa e atua como ferramenta de fidelização desses usuários aos serviços de vídeo sob demanda.

Para além das potencialidades elencadas acima, a utilização de algoritmos é central para entender o sucesso dessas empresas e o impacto no setor audiovisual. Se antes o uso de algoritmos era associado somente à etapa de exibição, atuando como recurso sugestivo com base no histórico de consumo do usuário, ou ainda como ferramenta de influência do consumo de produções propostas pela própria plataforma, atualmente a utilização de algoritmos também atua com significância na etapa de produção e distribuição, direcionando temas das produções, escalação de elenco e em quais países determinada produção pode ter maior sucesso de acordo com as características de consumo dos usuários.

O rápido e intenso avanço do consumo de vídeo a partir de mídias digitais já é tido como realidade, com crescimento vertiginoso nos últimos anos e potencial cada vez maior para os próximos. Um estudo realizado pela CISCO estimava que em 2022, 60% da população mundial estará conectada à internet e os vídeos serão responsáveis por 82% do tráfego de dados. A centralidade do consumo de vídeo nos dados compartilhados via internet é um fenômeno convergente ao aumento do próprio tráfego de internet em todas as regiões do mundo: só na América Latina estima-se crescimento de 21% no mesmo período analisado (CISCO, 2018). Projeções como essa, alinhadas ao sucesso de empresas como *Netflix* e *YouTube* e ao processo de *cord-cutting*<sup>7</sup>, estão fortemente alinhadas aos esforços de migração parcial e até mesmo total das empresas atuantes nas formas tradicionais do audiovisual para o modelo de VOD.

O crescimento e estabelecimento dos serviços OTTs logo suscitou o debate sobre regulamentação e legislação para esses serviços. A regulamentação é uma pauta já presente nas discussões do setor cinematográfico e audiovisual em suas distintas formas como o

---

<sup>7</sup> *Cord-cutting* se refere ao processo em que consumidores estão cancelando assinaturas ou diminuindo o tempo de tela através de serviços da TV aberta ou por assinatura, migrando para o consumo de conteúdo audiovisual pela internet.

cinema, a televisão aberta e a televisão a cabo, e muitas das discussões sobre uma possível normativa para os serviços de vídeo sob demanda se baseiam em experiências anteriores.

São debates presentes em vários países do mundo, ainda que em distinta situação de amadurecimento e consolidação, sendo essa uma diferença evidente quando comparamos o contexto europeu com o latino-americano, por exemplo. Países como França, Alemanha e Bélgica desenvolveram normativas voltadas especificamente para os serviços de VOD, uma vez que foram identificadas brechas na regulamentação já existente para o cinema e audiovisual. No centro dessa discussão em solo europeu está o entendimento do audiovisual como expressão cultural nacional, assim como a percepção de uma indústria nacional necessária de ser incentivada e protegida, sobretudo, do desenfreado monopólio estadunidense representado pelas maiores empresas do setor. A existência e ativa atuação de instituições regionais do bloco europeu para a área de comunicação e audiovisual pode ser identificada como importante elemento no avanço dos debates sobre a regulamentação dos serviços OTTs na Europa, assim como a falta destes espaços de discussão pode ser entendida como parte do atraso dos debates na América Latina.

Ainda que a passos mais lentos, países como Argentina, Brasil e Colômbia iniciaram nos últimos anos debates sobre a construção de um desenho regulatório para a atuação dos serviços de vídeo sob demanda em território nacional. Como já dito anteriormente, são debates fortemente baseados em legislações anteriores já consolidadas, como a Lei do Audiovisual e a Lei da TV Paga, no Brasil. A exemplo do caso brasileiro, a própria existência de normativas e obrigações para os modelos tradicionais estão no centro do debate em questão, uma vez que estes afirmam estar operando em situação de desigualdade em relação ao VOD, que ainda não possui regulamentação.

A crescente presença da pauta nas agendas de profissionais e estudiosos da área reverbera também na produção acadêmica em todo o mundo. São análises e discussões que giram em torno das potencialidades e entraves que as regulamentações para os serviços OTTs e outras plataformas digitais podem trazer para a organização da sociedade, o desenvolvimento da indústria nacional do setor e a promoção da diversidade cultural e cultura nacional. Nos últimos anos houve expressivo aumento na produção acadêmica que se relaciona com os serviços de vídeo sob demanda em todas as suas temáticas e enfoques, com a regulamentação inclusa neste escopo. Neste sentido, torna-se mais que central para o estudo sobre o tema, entender a abordagem e outras características da produção acadêmica da área.

A revisão de literatura de um tema de pesquisa não se configura somente como fator basilar na fase introdutória de uma pesquisa, mas também permite ao pesquisador a obtenção

da clareza necessária sobre a relevância e pertinência científica do trabalho que está sendo estruturado. Assim como também permite a eliminação de redundâncias que possam surgir durante o fazer científico, dando espaço a elementos inéditos ou já conhecidos, porém analisados a partir de uma óptica distinta (MACEDO, 1994).

A internet possibilitou um grande acúmulo de material e facilidade cada vez maior de acesso à produção acadêmica e científica ao redor de todo o globo. Tanto material disponível pode resultar em confusão sobre o que utilizar para a construção de uma pesquisa bem embasada e que dialogue com o que vem sendo produzido acerca do tema. Dessa forma, torna-se central que um olhar sobre o estado da arte seja feito de forma organizada e metodologicamente embasada. A partir da importância do estabelecimento de um procedimento metodológico para a revisão de literatura de um tema de pesquisa, este trabalho busca registrar tal processo direcionado ao tema da regulamentação dos serviços de vídeo sob demanda.

Para tanto, o trabalho de revisão de literatura aqui apresentado é embasado na metodologia ProKnow-C (*Knowledge Development Process - Constructivist*), desenvolvida pelo Laboratório de Metodologias Multicritério em Apoio a Decisão (LabMCDA) da Universidade Federal de Santa Catarina, que tem o objetivo de selecionar e analisar um portfólio bibliográfico (ENSSLIN et al, 2010a). É importante ressaltar que, ainda que tenhamos utilizado a metodologia ProKnow-C, algumas decisões metodológicas diretamente relacionadas à produção acadêmica do setor audiovisual e da comunicação foram tomadas ao longo deste trabalho, buscando compreender especificidades que poderiam ser descartadas.

## **2.2 Procedimentos Metodológicos**

A seleção do material bibliográfico segue a metodologia ProKnow-C, definida pelo LabMCDA a partir de uma sequência de procedimentos que vai desde a definição dos mecanismos de busca dos documentos científicos a serem utilizados, até a filtragem e seleção do portfólio bibliográfico sobre o tema.

Feita a escolha das palavras-chave adequadas ao tema, a próxima etapa é a definição das bases de pesquisa que serão utilizadas na busca dos trabalhos. A boa permeabilidade das palavras-chave nos instrumentos de busca pode ser utilizada como critério de definição nesta etapa. Como não há uma única plataforma que congregue todas as bases de pesquisa de trabalhos científicos, o pesquisador pode utilizar as palavras-chave de modo isolado ou combinado nas diferentes bases de dados escolhidas, no intuito de verificar a permeabilidade com o tema e maior acesso às produções científicas. O que chamamos de permeabilidade em

relação ao tema, refere-se à quantidade de trabalhos científicos relevantes para a construção do portfólio bibliográfico.

Realizada a busca de artigos que contemplem o eixo da pesquisa, a partir dos critérios expostos acima, têm-se o Banco de Materiais Brutos. O Banco de Materiais Brutos é composto por trabalhos científicos relevantes ao tema a partir de uma perspectiva mais ampla, agregando produções de áreas do conhecimento que não estejam relacionadas diretamente ao tema específico da pesquisa, mas se relacionem com o tema geral.

A filtragem do Banco de Materiais Brutos inicia-se pela exclusão dos materiais repetidos. Como a seleção dos trabalhos científicos se dá por mais de uma base de dados e a partir da procura de mais de uma palavra-chave, isolada ou não, é comum que um mesmo trabalho apareça em mais de uma busca. A segunda etapa de filtragem consiste na leitura dos títulos dos trabalhos científicos que constam no Banco de Materiais Brutos. Isso porque, a pesquisa a partir das palavras-chave selecionadas podem resultar na obtenção de trabalhos que façam menção às palavras-chave durante o texto, mas que não necessariamente tenham a ver com o tema de pesquisa. Se anteriormente, para a construção do Banco de Materiais Brutos, a pesquisa inclui trabalhos de áreas relacionadas ao tema específico de pesquisa, é nessa fase que ocorre a filtragem para a redução de trabalhos que estejam intimamente ligados ao tema em si.

A terceira etapa refere-se à relevância científica dos trabalhos selecionados para a composição do portfólio bibliográfico. Além da análise crítica do pesquisador para a realização dessa tarefa, a metodologia indica que a relevância deve ser dada a partir da quantidade de citações que cada trabalho possui. O pesquisador deve estabelecer um ponto de corte a partir do qual os trabalhos serão classificados em a) trabalhos com reconhecimento científico confirmado e b) trabalhos com reconhecimento científico ainda não confirmado. O ProKnow-C sugere que o ponto de corte seja de 85%, podendo variar de acordo com o tema de pesquisa a partir da quantidade de trabalhos disponíveis e o número de citações, ficando assim a cargo do pesquisador o estabelecimento do ponto de corte de sua pesquisa.

Para os trabalhos com relevância científica comprovada, passa-se para a leitura do resumo, a fim de verificar se o trabalho está realmente alinhado com o tema de pesquisa. Estabelecido os trabalhos que continuam após a leitura dos resumos, é criado um Banco de Autores com os autores dos trabalhos que continuam para a construção do portfólio.

Em relação aos trabalhos com relevância científica ainda não comprovada, verifica-se a data de publicação. Se esta for inferior a dois anos, passa-se para a leitura do resumo a fim de verificar alinhamento com o tema. Se a data de publicação for superior a dois anos,

verifica-se se o autor ou os autores fazem parte do Banco de Autores formado anteriormente. Caso a afirmação se confirme, é realizada a leitura do resumo. Caso a afirmação seja negativa, o trabalho é descartado.

A última etapa para a formação do portfólio bibliográfico refere-se à disponibilidade integral do trabalho para leitura. Os trabalhos que formarão o portfólio bibliográfico para a revisão de literatura são aqueles que possuem disponibilidade integral para a leitura e, a partir dela, se define o alinhamento com o tema de pesquisa. Os trabalhos alinhados constituirão o portfólio bibliográfico do pesquisador.

### **2.3 Aplicação da Metodologia Proknow-C para a Regulação dos Serviços de Vídeo Sob Demanda**

A seção a seguir tem o intuito de descrever o processo de seleção e construção do portfólio bibliográfico e a análise bibliométrica a partir da utilização da metodologia ProKnow-C, expondo as decisões tomadas para a construção de um portfólio bibliográfico sobre a regulamentação dos serviços de vídeo sob demanda.

#### **2.3.1 Seleção das Palavras-Chave**

O objetivo do trabalho é fazer uma revisão de literatura sobre a regulamentação dos serviços de *vídeo on demand* na Argentina, Brasil e Colômbia. Após a definição dos eixos temáticos da pesquisa, torna-se necessário a escolha das palavras-chave utilizadas nos mecanismos de busca a fim de encontrar os trabalhos científicos sobre o tema escolhido. Ainda que a mera escolha de palavras-chave possa parecer tarefa fácil, este deve ser um trabalho cuidadoso, na medida em que, feito de modo desatento, pode resultar na obtenção de trabalhos irrelevantes para a pesquisa. Assim, caso os termos escolhidos sejam percebidos como inadequados para a construção do portfólio desejado, deve-se voltar à etapa inicial a fim de escolher termos que se adequem (AFONSO et al, 2011).

O objetivo do trabalho é fazer uma literatura sobre a revisão de regulamentação dos serviços de *vídeo on demand* na Argentina, Brasil e Colômbia. O conjunto de palavras-chave escolhido foi, assim, baseado em universos mais amplos para temas mais específicos no escopo da pesquisa. O termo *video on demand* foi escolhido pela sua maior permeabilidade nos mecanismos de busca, mesmo no processo de busca de artigos em português e espanhol. As variações dos termos regulamentação e regulação, tanto para o português, quanto para o espanhol.

**Tabela 1:** Grupos de palavras-chave

<b>Palavras Chave</b>		
<b>Grupo Amplo</b>	<b>Grupo Intermediário</b>	<b>Grupo Específico</b>
<i>Video on demand Streaming</i>	Argentina Brasil Colômbia	regulação regulamentação <i>reglamento</i> <i>regulación</i>

**Fonte:** Resultado da pesquisa (2019)

Em um primeiro momento optou-se por utilizar as palavras-chave do conjunto mais amplo de forma isolada nas bases de dados menores a fim de encontrar trabalhos que se relacionassem de forma mais ampla com o tema de pesquisa. Posteriormente, decidiu-se combinar o termo “*vídeo on demand*”, do conjunto mais amplo, com cada um dos termos do grupo intermediário e específico. Na construção das combinações das palavras-chave nos mecanismos de busca, os termos “regulação” e “regulamentação” foram combinadas com o termo “Brasil” e “reglamento” e “regulación”, com os termos “Argentina” e “Colômbia”, pela permeabilidade proporcionada pelo idioma.

A partir da pesquisa das palavras-chave do conjunto mais amplo e das combinações expostas acima foi possível obter resultados próximos a 2274 trabalhos a partir das seis combinações nas bases de dados selecionadas.

### **2.3.2 Seleção da Base de Dados**

Para a constituição do portfólio bibliográfico foram selecionadas algumas bases de dados a partir da adequabilidade com o tema em questão e com a quantidade de trabalhos disponíveis. Assim, optou-se por considerar para a composição do Banco de Materiais Brutos as bases de dados: Catálogo de Teses e Dissertações da Capes, Biblioteca Digital Brasileira e Teses e Dissertações (BDTD), Portal Periódicos Capes, Google Acadêmico e SSRN.

Nas bases de dados que resultavam em baixa quantidade de produções científicas relacionadas à área, o foco foi dado nos termos do grupo amplo de palavras-chave. A pesquisa foi realizada buscando arquivos publicados nos últimos 10 anos (desde 2009) e que contivessem as palavras chave no título, resumo e nas palavras chave das publicações.

**Tabela 2:** Quantidade de trabalhos científicos encontrados nas bases de dados de pesquisa

<b>Bases de Dados</b>	<b>Publicações</b>
Catálogo de Teses e Dissertações Capes	43
BDTD	55
Portal Periódicos Capes	528
Google Acadêmico	1612
SSRN	36
<b>TOTAL</b>	<b>2274</b>

**Fonte:** Resultado da pesquisa (2019)

### 2.3.3 Processo de Filtragem

O processo de filtragem para a construção do Portfólio Bibliográfico Final consiste na seleção de publicações científicas disponíveis, com aderência ao tema da pesquisa e que sejam relevantes cientificamente para a construção de um olhar sobre o estado da arte do tema em questão.

O primeiro passo consiste na identificação e exclusão de artigos repetidos presentes nas diversas bases de dados utilizadas para a construção do Banco de Publicações Brutas (BPB)<sup>8</sup>. Dos 2274 artigos encontrados inicialmente, 1072 artigos eram redundantes e foram excluídos, restando 1202 artigos no BPB, o que corresponde a, aproximadamente, 52% dos arquivos encontrados inicialmente.

Posteriormente, a filtragem foi direcionada para a leitura dos títulos buscando a aproximação dos arquivos ainda presentes no BPB com o tema da pesquisa. Foi um momento dividido em duas etapas, em que, primeiramente, foram selecionadas publicações de diversos campos dos saberes que possuem relação mais ampla com a questão dos serviços de VOD. O segundo momento, refere-se à filtragem a partir do tema da regulação dos serviços de vídeo sob demanda. Ao fim dos dois processos, restaram 74 publicações no BPB.

<sup>8</sup>A escolha pelo termo Banco de Publicações Brutas se deve pela presença de documentos classificados como dissertações, teses, livros, e não só artigos, como o termo sugerido pela metodologia pode pressupor ao leitor.

As publicações excluídas no processo descrito acima foram descartadas principalmente a partir do critério de aproximação temática. São publicações que podem ser categorizadas resumidamente em dois grupos. O primeiro refere-se a publicações da área de tecnologias, como engenharias e ciências da comunicação, que se debruçam sobre aspectos técnicos e estruturais do aparato tecnológico das diversas etapas da cadeia produtiva do VOD. Já o segundo grupo pode ser caracterizado a partir de sua composição de trabalhos científicos mais voltados à área da comunicação social e estudos culturais, mas que não se relacionavam à temática da regulação dos serviços de vídeo sob demanda.

O processo de reconhecimento da relevância científica foi feito a partir da pesquisa de cada arquivo no Google Acadêmico, uma vez que a plataforma possui ferramenta para o levantamento do número de citações de cada publicação. A partir desta definição, escolheu-se o ponto de corte de 85%, índice também sugerido pela metodologia ProKnow-C. Este ponto de corte é definido para selecionar a quantidade de publicações a partir do número de citações totais dos artigos que compõem o BPB até então. Dessa forma, foram selecionados 28 trabalhos considerados cientificamente relevantes dentro do universo do BPB, número correspondente a 37% dos arquivos ainda presentes nesta etapa do processo.

As 28 publicações com relevância científica comprovada foram submetidas, em uma próxima etapa, pela leitura dos resumos, a fim de verificar a adequação dos trabalhos com o tema da pesquisa. Após esse processo, definido a partir dos critérios do pesquisador, 14 publicações foram excluídas, restando outras 14 no banco atual. Alguns dos critérios tomados nesta etapa do processo de filtragem foi a aproximação com o tema da regulamentação do VOD nos países que servem como objeto de estudo.

As publicações com relevância científica não comprovada foram submetidas a dois processos de filtragem para a determinação da permanência no Banco de Publicações atual. Primeiramente observou-se a data de publicação dos artigos, mantendo os trabalhos publicados de 2017 até 2019. Assim, 11 publicações foram excluídas e 35 foram mantidas. Os 35 documentos que permaneceram foram submetidos à leitura dos resumos buscando a verificação da relação mais aproximada com o tema da pesquisa, assim como feito com as publicações com relevância científica comprovada. Dos 35 documentos que continuavam no processo, 18 foram mantidos por terem aproximação com o tema. Assim, entre publicações com relevância científica comprovada e não comprovada e com aderência ao tema da pesquisa, tem-se um Banco de Publicações atual com 32 documentos.

O próximo passo foi referente a garantia da disponibilidade integral e gratuita dos documentos. Oito arquivos não estão disponíveis integral e gratuitamente, sendo, portanto,

excluídos. Os 24 documentos restantes passaram pela leitura integral dos textos, onde nove foram excluídos pelo baixo alinhamento com o tema da pesquisa, restando assim 15 documentos que compuseram o Portfólio Bibliográfico Final que será utilizado nas análises propostas por este trabalho. O portfólio pode ser analisado na Tabela 3 abaixo:

**Tabela 3:** Portfólio bibliográfico

#	Autores	Título	Ano	Local de Publicação	Citações
1	Bastian Baccarne Dimitri Schumann Tom Evens	The Television Struggle: An Assessment of Over-the-Top Television Evolutions in a Cable Dominant Market	2014	<i>Communications &amp; Strategies Journal</i>	36
2	Omar de León	Perspectivas de las tecnologías de telecomunicaciones y sus implicancias en los mercados y marcos regulatorios en los países de América Latina y el Caribe	2009	<i>CEPAL - Colección Documentos de Proyectos</i>	14
3	Heverton Souza Lima	A Lei da TV Paga: impactos no mercado audiovisual	2015	Biblioteca Digital USP	13
4	James B. Speta	Supervising Managed Services	2011	<i>Duke Law Journal</i>	13
5	Clara Iglesias Keller Patrícia Baptista	Por que, quando e como regular as novas tecnologias? Os desafios trazidos pelas inovações disruptivas	2016	<i>RDA – Revista de Direito Administrativo</i>	11
6	Dario Mesquita João Carlos Massarolo	Vídeo sob demanda: uma nova plataforma televisiva	2016	Anais - XXV Encontro Anual da Compós	10
7	René Bustillo	Un modelo institucional para la regulación en materia de convergencia tecnológica en América Latina	2011	<i>CEPAL - Colección Documentos de Proyectos</i>	8
8	Daiithi Sithigh	Co-Regulation, Video-on-Demand and the Legal Status of Audio-Visual Media	2011	<i>International Journal of Digital Television</i>	7
9	Dalila Alves Corrêa Glauco Madeira de Toledo Willian Machado de Andrade	Problemas na Definição Legal Brasileira de TV Sob Demanda Via Internet.	2013	<i>Revista Geminis</i>	3
10	Ezequiel Rivero Mariela Baladron	Vídeo on demand services in Latin America: trends and challenges towards access, concentration and regulation	2019	<i>Journal of Digital Media &amp; Policy</i>	2
11	Gabriel Fliege de Lucena Stuckert	VOD: o bom e velho mercado de vídeo doméstico	2017	<i>Revista Geminis</i>	2
12	Vinícius Alves Portela Malins	Analisando a CIDE-CONDECINE licença a partir das consequências da sua incidência no segmento de vídeo por demanda programado (VOD-NETFLIX)	2018	<i>Revista de Finanças Públicas, Tributação e Desenvolvimento</i>	0
13	Carlos Emmanuel Joppert Ragazzo Isabel Cristina Veloso de Oliveira	Regulação e novas tecnologias: verticalização das OTTs de vídeo	2017	<i>Revista da Faculdade de Direito da UFRGS</i>	0
14	Héctor Iván Piraján Aranguren	Propuesta regulatoria para las plataformas OTT de contenidos audiovisuales en Colombia	2018	<i>Repositório Universidad Santo Tomas</i>	0
15	João Martins Ladeira Leonardo de Marchi	Redes de imbróglgios: a regulação do streaming no Brasil e suas ambiguidades	2019	<i>CONTRACAMPO - Brazilian Journal of Communication</i>	0

**Fonte:** Resultado da pesquisa (2019)

## 2.4 Análise e Discussão dos Resultados

O olhar perante a construção do portfólio e das publicações que o compõem possibilitam a identificação de alguns pontos relevantes na discussão sobre o tema da regulamentação dos serviços de VOD na América Latina, sobretudo no campo da produção acadêmica.

O primeiro ponto que podemos destacar, refere-se às datas de publicação dos trabalhos que compõem o portfólio bibliográfico final. Observa-se que seis publicações estão inseridas no intervalo de tempo entre 2017-2019, configurando-se como trabalhos recentes e demonstrando uma tendência de aumento de publicações sobre o tema ao longo dos anos. Os outros trabalhos se dividem no intervalo de tempo de dez anos, período pré-determinado durante a busca do material nos bancos de publicações. Dentre os anos, destaca-se 2011 como o ano que concentra três dos 15 trabalhos analisados. Ainda que a proximidade temporal das publicações com a data de escrita deste artigo reflita a escolha metodológica descrita acima, é possível associá-la também ao crescimento do consumo dos serviços de vídeo sob demanda na América Latina a partir de 2010 e, conseqüentemente, ao olhar mais atento da comunidade acadêmica sobre as transformações propostas por este novo tipo de serviço.

Em relação aos veículos de publicação, destaca-se a pluralidade dos diversos locais de publicação. Essa pulverização é uma característica percebida ainda no momento de construção do portfólio final que indica forte relação do tema com a multi e interdisciplinaridade, abarcando produção do conhecimento nos campos da economia, direito, comunicação social, cinema e audiovisual, entre outros. A maior parte dos trabalhos foram publicados na área de comunicações (8), seguida por direito (3). Destacamos ainda a *Revista Geminis*, periódico vinculado ao Programa de Pós Graduação de Imagem e Som da Universidade Federal de São Carlos e a *Coleção de Documentos de Projetos* da Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL), os únicos dois locais de publicação com mais de um trabalho.

Acerca da publicação da CEPAL, um interessante paralelo é a cooperação da comissão juntamente com a União Europeia no financiamento à pesquisas na área, pensando as realidades latino-americana e europeia sobre as novas tecnologias de telecomunicações e a regulamentação. Os trabalhos de Bustillo (2011) e León (2009) ilustram essa abordagem e cooperação ao realizarem paralelos entre o que estava sendo discutido e desenvolvido na Europa e as potencialidades de se pensar a regulamentação dos novos serviços de telecomunicações e de convergência digital na América Latina.

A relação entre os dois continentes pode ser destacada também sobre o número de citações dos documentos que compõem o portfólio analisado. A utilização da checagem do número de citações das publicações como ferramenta de identificação da relevância científica foi central para a incorporação de trabalhos que abordam a perspectiva da regulamentação dos serviços OTTs em regiões para além da América do Sul, como os trabalhos de Baccarne *et al* (2014), Speta (2011) e Sithigh (2011). A Europa, por exemplo, é um continente que possui especificidades políticas, econômicas e sociais, diretamente influenciadoras no processo de construção da regulamentação para esses serviços. Esses são pontos abordados pelos autores acima e que auxiliam na construção de conhecimento do tema com o olhar para a América Latina a partir da identificação de distanciamentos e aproximações no processo de construção regulatória dos serviços OTTs.

A partir da análise do portfólio final de publicações, foram identificados quatro principais pontos abordados pelos autores que ajudam a entender os direcionamentos da produção acadêmica sobre o tema da regulamentação dos serviços de vídeo sob demanda na América Latina: a) construção e regulação para novas tecnologias; b) entraves e potencialidades das regulamentações; c) diferenças entre a construção regulatória na Europa e América Latina; d) Relação entre regulamentação para o VOD e mercado e normativas para a TV Paga.

Esses quatro pontos são sistematizações feitas como escolha metodológica nesta pesquisa, não necessariamente trabalhadas pelos autores que compõem o portfólio final tal qual descrevemos.

#### **2.4.1 Regulação para Novas Tecnologias**

A revisão de literatura identificou que a regulação para a comunicação audiovisual sob demanda está inserida em uma agenda mais ampla, referente à regulação para as novas tecnologias. Além de destacar o papel do Estado, os autores também ressaltam que os atores e relações estabelecidas no contexto internacional são centrais no processo de elaboração dos marcos regulatórios.

Para além da regulação dos serviços de VOD, os textos de Speta (2011), Baptista e Keller (2016); Sithigh (2011) e Baladrón e Rivero (2019) abordam a regulação das novas tecnologias de um modo geral. Os autores ressaltam a rápida evolução das transformações nas quais esses serviços e tecnologias estão inseridos e a tendência de se elaborar regulamentações baseadas em experiências anteriores. Os dois cenários são apontados como

caminhos problemáticos que podem levar ao travamento de processos e a instrumentos regulatórios ineficazes.

Baptista & Keller (2016) propõem uma tipologia das relações entre Estado e sociedade civil que surgem a partir da criação e operacionalização de um instrumento regulatório para novas tecnologias. As relações são classificadas de acordo com a) equivalência; b) instrumentalidade; c) incentivo; e d) normatização. O trabalho ressalta as formas nas quais o Estado pode se relacionar com o surgimento de novas tecnologias através da regulamentação, atuando, por exemplo, como estimulador da inovação tecnológica e regulador das dinâmicas de mercado. Ao direcionarem seus olhares para a eficiência da regulamentação destes novos serviços, as autoras se baseiam em conceitos como “inovação disruptiva”<sup>9</sup> e “desconexão regulatória”<sup>10</sup>. O estudo oferece subsídios para debater as formas nas quais o VOD se aproxima ou distancia de outros serviços que possuem o ambiente digital como lócus de operação.

No que concerne ao papel de organizador das dinâmicas de mercado, o Estado atua no combate às práticas de monopólio desempenhadas por grandes corporações internacionais. A relação entre estes atores do sistema internacional no processo de incorporação de inovações tecnológicas são cruciais para o desenvolvimento de normativas e políticas nacionais. É nesse sentido que James Speta (2011) chama a atenção para o cuidado necessário no alinhamento entre os objetivos dos marcos regulatórios e as tendências mercadológicas, sobretudo para que tais instrumentos atuem como promotores e não como freios para a inovação.

Os serviços *over the top* reverberam em suas discussões regulatórias não apenas especificidades do setor de telecomunicações e audiovisual, mas também do setor de tecnologia como um todo. A alta velocidade de mudança que as inovações tecnológicas impõem às estruturas sociais e econômicas de todos os países do globo, pede um alinhamento entre as mais diversas esferas que compõem a sociedade para a elaboração dos marcos regulatórios.

#### **2.4.2 Entraves e Potencialidades da Regulamentação do Vídeo sob Demanda**

Um olhar atento acerca da construção de regulamentação para novas tecnologias e plataformas de áreas diversas é potente elemento para o aprofundamento da discussão

---

<sup>9</sup> Baptista e Keller incorporam a definição de Nathan Cortez em “*Regulating disruptive innovations*”: “Uma inovação disruptiva ocorre quando for capaz de enfraquecer ou, eventualmente, de substituir indústrias, empresas ou produtos estabelecidos no mercado”. (CORTEZ, 2014 apud BATISTA & KELLER, 2016, p. 130)

<sup>10</sup> “Desconexão regulatória” é incorporado no texto das autoras a partir da aplicação do termo por Brownsword e Goodwin (2012) referindo-se a “quando, de tempos em tempos, surge a necessidade de reconexão entre o arcabouço regulatório e o panorama geral de mercado”. (BATISTA & KELLER, 2016, p. 139)

regulatória específica para os serviços OTTs nos países da América Latina. Apesar das distinções nas estruturas social, econômica e política, os países latino americanos compartilham um histórico de colonização e exploração que os relegou à condição de países periféricos do sistema internacional e influenciou diretamente no atraso do processo desenvolvimentista.

Nesse sentido, o segundo ponto de abordagem são as potencialidades e entraves que a regulamentação para o vídeo sob demanda traria aos países e consumidores da região. Este é um argumento transversal a quase todas as publicações analisadas. São argumentos que dialogam com pautas sobre diversidade cultural, desenvolvimento de tecnologias e serviços, acesso a cultura e fortalecimento e manutenção de novos e velhos modelos de negócios.

Grande parte dos argumentos colocados por grupos favoráveis à regulamentação do VOD compartilham a narrativa da necessidade de normativa para esses serviços como garantia da execução de obrigações estabelecidas em instrumentos regulatórios anteriores do audiovisual. A exemplo pode-se citar contribuições para fundos de financiamento à produção nacional - como o Condecine, no Brasil e o cumprimento da cota de telas para a exibição de produções nacionais. Tais encargos já são exigidos de serviços como TVs por assinatura, mas ainda não estão definidos no caso do VOD.

O estabelecimento de regulamentação para estes novos serviços é visto por autores como Massarolo & Mesquita (2016) e Martins (2018) como importantes para a consolidação de instrumentos de fomento à cultura nacional e controle do monopólio de indústrias estrangeiras do setor audiovisual. No epicentro da questão está a discussão sobre eficiência e eficácia da atualização das normativas já existentes ou a criação de novas que tenham como objeto os serviços OTTs.

Baladrón & Rivero (2019) destacam o contexto neoliberal no qual grande parte dos países latino americanos estavam inseridos durante a emergência das tecnologias digitais. Para os autores, essa relação resultou em uma ideia de conexão automática entre tecnologias digitais e diversidade cultural. Ideia essa que posteriormente não se provou verdadeira, principalmente a partir de análises sobre o importante papel do Estado como regulador de questões sociais como pluralismo, diversidade, interconexão e acesso. (IOSIFIDIS, 2016 apud BALADRÓN & RIVERO, 2019, p. 112)

Todavia, a atuação estatal na regulamentação enfrenta resistência baseada na justificativa de prejuízo à inovação tecnológica. Destaca-se na revisão de literatura que o recolhimento de impostos e taxas são indicados por grandes empresas como inibidores de

novos investimentos nacionais e estrangeiros, reduzindo as oportunidades de inovação no setor.

O diálogo entre as instâncias do Estado, responsáveis pela construção regulatória, e do mercado, responsáveis pela operação destas novas tecnologias, é essencial para uma regulamentação que supere os entraves colocados pelos autores. Essa aproximação se faz ainda mais necessária no cenário de rápida evolução das tecnologias e de seus modos de operação. O afastamento entre as duas instâncias pode resultar em entraves burocráticos e operacionais, responsáveis por instrumentos ineficazes e que não cumprem seus objetivos sociais. De modo mais grave, pode ainda contribuir para o agravamento na defasagem de países periféricos na incorporação de novas tecnologias digitais, sobretudo para as telecomunicações.

A alta probabilidade de que uma regulamentação seja criada com defasagem em sua operacionalização ressalta a importância de que a estrutura regulatória para o audiovisual esteja centrada em conteúdo e consumo, e não necessariamente na estrutura tecnológica, como é percebido no caso brasileiro. Esse argumento é trabalhado por Andrade *et al* (2013), baseado nas reflexões de Eli Noam (2008) a partir do contexto canadense, no qual

percebe-se que a tentativa de definição canadense das novas tecnologias audiovisuais em contexto regulatório aborda a TV não a partir, exclusivamente, de seus métodos e técnicas de transmissão (a cabo ou satélite), mas também por suas características de utilização pelo público. (ANDRADE *et al*, 2013, p. 118)

Pensar a regulamentação a partir destes termos não quer dizer, contudo, que a estrutura tecnológica não seja importante para a elaboração de marcos regulatórios. Entretanto, um foco a partir do conteúdo distribuído e suas formas de consumo pode resultar em regulamentações mais duradouras, sem necessidade de revisão a cada atualização tecnológica.

#### **2.4.3 Diferenças entre a Construção Regulatória na Europa e na América Latina**

A elaboração de instrumentos regulatórios para os serviços OTTs é uma ação que vem sendo desempenhada em diversas partes do globo, com diferentes níveis de amadurecimento e abordagens. Alguns trabalhos do Portfólio Bibliográfico investigam os processos de regulamentação em desenvolvimento na Europa e as mudanças trazidas pelo VOD para o mercado audiovisual. O paralelo entre os contextos sul-americano e europeu é importante, pois identificar as experiências de diferentes regiões pode resultar em um potente material para o aprofundamento das discussões regulatórias.

Os trabalhos de León (2009) e Bustillo (2011), desenvolvidos no âmbito da CEPAL, e financiados com recursos da União Europeia, são trabalhos que temporalmente convergem com a explosão e a popularização dos serviços de vídeo sob demanda e o consequente início dos debates sobre regulamentação. A ligação entre estes estudos e o financiamento europeu pode indicar o estímulo a pesquisas nesta área, focadas na América Latina, para a construção de conhecimento científico sobre um processo ainda incipiente naquele momento.

O relatório da pesquisa desenvolvida pelo SMIT (DONDEERS et al, 2018) é importante de ser destacado neste momento. Ainda que o foco do trabalho dos pesquisadores da universidade belga se direcione para a experiência de regulamentação dos países da União Europeia, destaca-se as experiências de Argentina, Brasil e Colômbia como países sul-americanos que estão construindo instrumentos regulatórios para o audiovisual.

Como exemplo, pode-se destacar a inegável importância de instituições supranacionais do bloco europeu, como o Observatório Europeu do Audiovisual e o Diretório Geral para Comunicações, para o estabelecimento de pautas referentes às telecomunicações e ao audiovisual na agenda regional e dos países membros. A convergência da discussão nos âmbitos nacional e supranacional da União Europeia para a construção de normativas são pontos diferenciais quando comparados com os países da América do Sul, que não possuem órgãos supranacionais do audiovisual altamente institucionalizados (CANEDO, 2013). Nesse sentido, Sithigh (2011) realça que a co-regulação entre países a partir do ambiente supranacional é um fator de fortalecimento do debate se trabalhado a partir do diálogo com normas nacionais e a auto-regulação do próprio setor. Assim como a construção da regulamentação para o VOD na UE pode estar relacionada à existência desses órgãos, a ausência e fragilidade na América Latina, pode explicar a aparente inconstância do processo.

Tanto na Europa, quanto na América Latina, o surgimento dos serviços de vídeo sob demanda trouxe novos paradigmas para o consumo de vídeo doméstico e suscitou debates sobre sua relação com as formas tradicionais de exibição, sobretudo a TV por assinatura. Nesse sentido, uma regulamentação para estes distintos modelos deveria levar em consideração que, como afirma Baccarne, Evens e Schuurman (2014), não se tratam de serviços diametralmente opostos, mas sim complementares.

#### **2.4.4 Relação entre VOD e TV por Assinatura**

A íntima relação entre o vídeo sob demanda e a TV por assinatura para o tema da regulamentação é evidenciada na revisão de literatura a partir de diversas perspectivas, com destaque para duas principais abordagens.

A primeira analisa a regulamentação como ferramenta necessária para a organização da competição entre os serviços de VOD e da TV por assinatura. A emergência dos novos serviços para o audiovisual é constantemente atrelada à redução dos usuários da TV por assinatura, apontada como possível causa da crise deste setor. Todavia, esse é um debate aberto, uma vez que os especialistas se dividem entre os que acreditam em um impacto direto e contundente do VOD para o setor da TV tradicional, enquanto outros defendem um efeito limitado do VOD sobre a televisão por assinatura (BANEJEE et al, 2012 apud BACCARNE et al, 2014).

Baccarne et al (2014) argumenta que o preço da assinatura se coloca como fator determinante para a escolha do serviço contratado, mas não é o único elemento levado em consideração pelos usuários. A necessidade de conexão à internet e até mesmo a tela em que o consumo será feito são elementos que influenciam diretamente na escolha entre VOD e TV por assinatura. Nesse sentido, a depender da faixa de renda, a escolha pelo VOD não necessariamente funciona como substituto ao modelo de exibição linear das televisões, mas sim como complementar.

A questão financeira é o segundo argumento de destaque, uma vez que é um dos pontos centrais das considerações das empresas de TV por assinatura sobre a regulamentação. Constantemente, tais empresas afirmam que as obrigações, sobretudo tributárias, presentes nos instrumentos regulatórios, reverberam no valor repassado aos usuários e constroem novos investimentos para a área. Por outro lado, a falta de normativas claras para os serviços OTTs, abrindo possibilidade de manobras para fugir da regulamentação, facilitaria na oferta de um menor preço e, conseqüentemente, em uma concorrência desleal. A construção de regulamentação para os serviços de vídeo sob demanda ou até mesmo a flexibilização das obrigações impostas à TV por assinatura é comumente indicada como a resolução para este imbróglio.

Como percebido nos textos de Martins (2018), Ladeira & Marchi (2019), Lima (2015) e Aranguren (2018), as obrigações tributárias se apresentam como o grande “calcanhar de Aquiles” da regulamentação. Alguns autores defendem que o problema não está na tributação em si, mas na forma como os instrumentos vêm sendo administrados e empenhados. Uma possível revisão dos instrumentos não significaria necessariamente o enfraquecimento das obrigações para o setor, mas poderia refletir no aumento da eficiência e na consecução dos objetivos pretendidos. Segundo Aranguren (2018, p. 145), no caso colombiano, existe uma base sólida em normativas anteriores do setor audiovisual, capaz de auxiliar a revisão de normativas para a TV por assinatura e a criação de uma nova normativa que regule os

serviços de VOD, priorizando o usuário final, e coerente com as recomendações de órgãos internacionais especializados.

## 2.5 CONCLUSÃO

O ambiente digital tem se tornado central para a área cultural, incidindo diretamente nas dinâmicas dos diferentes elos da cadeia produtiva do setor, passando pela produção, distribuição e consumo. Segundo dados do Sistema de Informações e Indicadores Culturais (SIIC) 2007-2018, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), 59,9% dos gastos das famílias brasileiras com cultura acontece no ambiente digital, no grupo “Serviço por telefonia, TV por assinatura e internet” (IBGE, 2019).

O consumo de conteúdo audiovisual é elemento representativo da importância do ambiente digital para a cultura, se tornando ainda mais evidente no contexto da pandemia do coronavírus. No epicentro do fenômeno estão os serviços de vídeo sob demanda com todas as inovações e novos paradigmas que surgiram nesta toada. Ainda assim, como defendido por Stuckert (2017, p. 12), o VOD pode ser entendido como uma “nova forma de prestar um velho serviço que faz parte de um ‘antigo’ segmento: o mercado de vídeo doméstico”. Neste sentido, sua relação com a TV por assinatura não se dá somente através da concorrência, mas também pela complementariedade, sendo uma forma de exibição e consumo que se soma às formas tradicionais da cadeia do audiovisual. Não se trata então, de uma substituição, mas sim de transformações para o setor.

A questão da regulamentação direcionada ao VOD é um debate transversal que envolve os diferentes pontos abordados durante este texto: refere-se ao processo de inovação tecnológica, abarcando outras áreas para além do audiovisual; traz à tona a discussão sobre as obrigações regulatórias para os serviços tradicionais do setor; assim como também supera limites geográficos uma vez que, apesar das especificidades de cada país e região é um fenômeno identificado em várias partes do globo. Olhar para essas diferentes experiências é se valer de uma visão panorâmica que pode auxiliar a superação de entraves a partir da identificação de boas práticas e equívocos a serem evitados.

Através de uma revisão de literatura, o artigo destacou o estado da arte sobre a regulação para o vídeo sob demanda a fim de identificar tópicos consonantes entre os trabalhos que compuseram o Portfólio Bibliográfico e que possam auxiliar o entendimento sobre este tema que vêm ganhando cada vez mais relevância não só para o audiovisual, mas para o setor cultural como um todo.

## 2.6 REFERÊNCIAS

- AFONSO, Michelle H.F. et al. Como construir conhecimento sobre o tema de pesquisa? Aplicação do processo ProKnow-C na busca de literatura sobre avaliação do desenvolvimento sustentável. In: **Revista de Gestão Social e Ambiental - RGSA**, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 47-62, mai./ago. 2011.
- ANDERSON, C. **A Cauda Longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- ANDRADE, W.M; TOLEDO, G.M; CORRÊA, D.A. Problemas na Definição Legal Brasileira de TV Sob Demanda Via Internet. **Revista Geminis**, São Carlos, v. 4, n. 1, p.108-126, jan/jun. 2013.
- ARANGUREN, Héctor I. P. *Propuesta regulatoria para las plataformas de contenidos audiovisuales en Colombia*. In: **Repositório Universidad Santo Tomas**. Disponível em: <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/15374>. Acesso em: 18 dez. 2019.
- BACCARNE, B; EVENS, T; SCHUURMAN, D. *The television struggle: An assessment of over-the-top television evolutions in a cable dominant marke*. In: **Communications & Strategies**, n. 92, pp. 43-61, 2013. Disponível em: [https://papers.ssrn.com/soL3/papers.cfm?abstract\\_id=2473955](https://papers.ssrn.com/soL3/papers.cfm?abstract_id=2473955). Acesso em: 03 jan. 2020.
- BALADRON, Mariela; RIVERO, Ezequiel. *Video on deman services in Latin America: Trend and challenges towards access, concentration and regulation*. In: **Journal of Digital Media & Policy**, v. 10, n. 1, pp. 109-126, 2019.
- BAPTISTA, P.; KELLER, Clara I. Por que, quando e como regular as novas tecnologias? Os desafios trazidos pelas inovações disruptivas. In: **RDA – Revista de Direito Administrativo**, Rio de Janeiro, v. 273, p. 123-163, set./dez. 2016
- BOOTH, W.C.; COLOMB, G.G.; WILLIAMS, J.M. **A arte da pesquisa**. 3ª edição. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- BUSTILLO, René. *Un modelo institucional para lá regulación en materia de connvergencia tecnológica en América Latina*. In: **Colección Documentos de Proyectos - CEPAL**, Santiago, Chile, 2011. Disponível em: <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/3916>. Acesso em: 11 nov. 2019.
- Cisco prevê mais tráfego IP nos próximos cinco anos do que em toda a história da Internet. **Cisco**, 2018. Disponível em: [https://www.cisco.com/c/pt\\_pt/about/press/news-archive-2018/20181127.html](https://www.cisco.com/c/pt_pt/about/press/news-archive-2018/20181127.html). Acesso em: 18 dez. 2019.
- Consumo de vídeos online já é maior do que o da televisão, diz pesquisa do YouTube. **E-Commerce Brasil**, 27 set. 2019. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/youtube-videos-online/> Acesso em: 22 set. 2019

CSC - Conselho Superior do Cinema. Desafios para a regulamentação do Vídeo sob Demanda: **Consolidação da visão do Conselho Superior do Cinema sobre a construção de um marco regulatório do serviço de vídeo sob demanda**, Brasília: CSC, dez. 2015a.

Disponível em:

[http://www.ancine.gov.br/sites/default/files/CSC%20%20Consolida%C3%A7%C3%A3o%20Desafios%20VoD%2017%2012%2015\\_1.pdf](http://www.ancine.gov.br/sites/default/files/CSC%20%20Consolida%C3%A7%C3%A3o%20Desafios%20VoD%2017%2012%2015_1.pdf)> Acesso em 10/10/2019.

ENSSLIN, L., Ensslin, S. R., Lacerda, & Tasca, 2010a. ProKnow-C, Knowledge Development Process- Constructivist. **Processo técnico com patente de registro pendente junto ao INPI**. Brasil.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_. 2010b. Processo de Seleção de Portfólio Bibliográfico. **Processo técnico com patente de registro pendente junto ao INPI**. Brasil.

ESTIGARRIBIA, Juliana. A estratégia do Globoplay para brigar com Netflix e Disney.

**Exame**, 26 nov. 2019. Negócios. Disponível em:

<https://exame.abril.com.br/negocios/a-estrategia-do-globoplay-para-brigar-com-netflix-e-disney/> Acesso em: 03 de jan. 2020

LADEIRA, João M.; MARCHI, Leonardo. Redes de Imbróglis: a regulação do streaming no Brasil e suas ambiguidades. In: **Contracampo**, Niterói, v. 38, n.3, p. 68-79. 2019.

LEÓN, Omar de. *Perspectivas de las tecnologías de telecomunicaciones y sus implicancias en los mercados y marcos regulatorios en los países de América Latina y el Caribe*. In: **Colección Documentos de Proyectos - CEPAL**. Santiago, Chile, 2009. Disponível em: <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/3728>. Acesso em 11 nov. 2019.

LIMA, Heverton S. A lei da tv paga: impactos no mercado audiovisual. 2015, 162f.

Dissertação de Mestrado - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015. In: **Biblioteca Digital USP**. Disponível em:

<https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27161/tde-26062015-162615/en.php>. Acesso em: 15 nov. 2019.

Macedo, N. D. de. (1994). **Iniciação à pesquisa bibliográfica**: guia do estudante para fundamentação do trabalho de pesquisa (2a ed.). São Paulo: Loyola.

MANTECÓN, Ana Rosas. Acesso cultural e desigualdade: políticas para novos e antigos cenários cinematográficos na América Latina. In: (Org) CALABRE, Lia; LIMA, Deborah R. **Políticas culturais: conjunturas e territorialidades**. São Paulo: Itaú Cultural, 2017

MARTEL, Frédéric. **Smart - O que você não sabe sobre a internet**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

MARTINS, Vinícius A. P. Analisando a CIDE-CONDECINE licença a partir das consequências da sua incidência no segmento de vídeo por demanda programado (VOD - NETFLIX). In: **Revista de Finanças Públicas, Tributação e Desenvolvimento**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 6, 2018.

MASSAROLO, J. C.; MESQUITA, D. Vídeo sob Demanda: uma nova plataforma televisiva. In: **XXV ENCONTRO ANUAL DA COMPOS**, 25, 2016, Goiânia. Estudos da Televisão. Goiânia: 2016. p. 1 - 24.

MATRIX, S. The Netflix Effect: Teens, Binge Watching, and On-Demand Digital Media Trends. **Jeunesse: Young People, Texts, Cultures**, v. 6, n. 1, 2014, pp. 119-138.

OLIVEIRA, Carol. Estagnação? Base de usuários da Netflix no Brasil cresce cada vez menos. **Exame**, 17 jul. 2019. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/estagnacao-base-de-usuarios-da-netflix-no-brasil-cresce-cada-vez-menos/> Acesso em: 22 set. de 2019

OTTOBONI, Júlio. Em 2020, 82% do tráfego de internet ficará por conta dos vídeos online. **Carta Capital**, 19 jan. 2018. Agência Envolverde Jornalismo. Disponível em: <https://envolverde.cartacapital.com.br/em-2020-82-do-trafego-da-internet-ficara-por-conta-dos-videos-online/>. Acesso em: 03 de jan. 2020

PALLOTTINI, Renata. **Dramaturgia de televisão**. São Paulo: Perspectiva, 2012.

RAGAZZO, Carlos E. J.; OLIVEIRA, Isabel C. V. de. Regulação e novas tecnologias: o caso das OTTs de vídeo. In: **Revista da Faculdade de Direito da UFRGS**, Porto Alegre, n. 37, p. 200-2018, 2017.

SITHIGH, Daithi M. *Co-regulation, video on demand and the legal status of audio visual media*. In: **International Journal of Digital Television**, vol. 2, n. 1, pp. 51-68, 2011. Disponível em: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1728664](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1728664). Acesso em 03 jan. 2020.

SPETA, James B. *Supervising managed services*. In: **Duke Law Journal**, vol. 60, n. 8, 2011. Disponível em: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1837669###](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1837669###). Acesso em: 03 jan. 2020.

STUCKERT, Gabriel F. de L. VOD: o bom e velho mercado de vídeo doméstico. **Revista Geminis**, São Carlos, v. 8, n. 2, p. 04-15, 29 ago. 2017.

UNESCO. **Convenção sobre a proteção e a promoção da diversidade das expressões culturais**. 2006. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001502/150224POR.pdf>>. Acesso em: 15 de out. 2019.

VILELA, Lílian O. Aplicação do ProKnow-C para seleção de um portfólio bibliográfico e análise bibliométrica sobre avaliação de desempenho da gestão do conhecimento. In: **Revista Gestão Industrial**. Curitiba, PR, v. 8, n. 1, p. 76-92, 2012.

### 3. AMPLIAÇÃO DO CONSUMO CULTURAL NO AMBIENTE DIGITAL: VÍDEO SOB DEMANDA, DIVERSIDADE CULTURAL E ACESSO À CULTURA<sup>11</sup>

#### RESUMO

O ano de 2020 foi fortemente marcado pela pandemia da COVID-19 e em um contexto em que foi necessário manter-se dentro de casa, o consumo cultural se deslocou inteiramente para o ambiente doméstico, catalisando o processo de aumento do consumo cultural no ambiente digital. Os serviços de vídeo sob demanda se caracterizaram como um segmento com especial importância neste fenômeno, atingindo altos índices de assinaturas e acessos em todo o mundo. Neste sentido, o texto busca apresentar dados sobre o aumento do consumo de vídeo, a relação destes serviços com a diversidade cultural nas produções audiovisuais e os meios nos quais este consumo ocorre no Brasil, olhando para dados sobre internet e acesso aos diferentes dispositivos, para propor uma análise sobre consumo cultural com qualidade no ambiente digital.

**Palavras-chave:** audiovisual; cultura digital; vídeo sob demanda; streaming.

#### ABSTRACT

The year 2020 was strongly marked by the COVID-19 pandemic and in a context in which it was necessary to remain indoors, cultural consumption shifted entirely to the domestic environment, catalyzing the process of increasing cultural consumption in the digital environment. Video-on-demand services have been characterized as a segment with special importance in this phenomenon, reaching high rates of subscriptions and accesses worldwide. In this sense, the text seeks to present data on the increase in video consumption, the relationship of these services with cultural diversity in audiovisual productions and the means in which this consumption occurs in Brazil, looking at data on the Internet and access to different devices, to propose an analysis of cultural consumption with quality in the digital environment.

**Keywords:** audiovisual; digital culture; video on demand; streaming.

#### 3.1 Introdução

Nos últimos anos, as inovações tecnológicas e as dinâmicas sociais têm andado lado a lado em um caminho de constante diálogo, sendo responsáveis pela adaptação de modelos sociais e tecnologias já inseridas no nosso cotidiano e pelo surgimento de inovações completamente disruptivas com o que estamos acostumados. Aparelhos e tecnologias como smartphones, computadores e internet extrapolaram os limites da comunicação - objetivos historicamente relacionados a eles - e passaram a ser centrais para o desenvolvimento de atividades e direitos básicos ao exercício digno da cidadania. Este contexto que vêm sendo

---

<sup>11</sup>Artigo publicado parcialmente na Revista Temática. CAMPOS, Luiz Gustavo S.; CANEDO, Daniele. Ampliação do consumo cultural no ambiente digital: vídeo sob demanda, diversidade cultural e acesso à cultura. *Revista Temática*, v. 19, n.7, p. 76-92, 2023.

construído ao longo dos últimos anos foi ainda mais intensificado em 2020 com a pandemia de COVID-19, em que as medidas de distanciamento e isolamento social necessárias para diminuir a contaminação do novo coronavírus evidenciaram o papel central do ambiente digital e das empresas de telecomunicações para a mínima continuidade da dinâmica social no século XXI. Para além da interação por meio das redes sociais ou do funcionamento de sistemas corporativos, a internet se apresentou como elemento essencial para as atividades escolares, trabalhistas dos mais diversos setores e para o consumo cultural.

Ainda que os efeitos da pandemia tenham sido irrestritos, tanto em termos territoriais, quanto em relação aos diversos setores da sociedade, pode-se dizer que o setor cultural foi um dos que sentiu os impactos da crise sanitária de maneira especial, uma vez que muitas das atividades artísticas, culturais e criativas se valem da aglomeração e do encontro presencial para uma experiência completa. Ainda que os trabalhadores e trabalhadoras da cultura não tenham interrompido totalmente as atividades, tendo em muitos casos direcionado seu foco para atividades de gestão ou formação, pode-se dizer que a cultura foi a primeira a parar e a última a retomar de maneira integral suas atividades, tal qual o período anterior à pandemia (CANEDO et al, 2020). Em um contexto de fechamento de salas de cinema, teatros, casas de shows e qualquer ambiente propício à aglomeração, o ambiente digital se constituiu como espaço último para que a fruição e consumo cultural pudesse continuar, mesmo diante da excepcionalidade. Peças de teatros, espetáculos de dança, apresentações musicais, assim como várias outras expressões artísticas e culturais, passaram a se adaptar a este cenário na busca por remuneração ou até mesmo pela mínima continuidade da atuação cultural.

Nesse cenário de adaptação da atividade cultural durante a pandemia, principalmente durante o primeiro semestre de 2020, pode-se dar especial destaque às *lives* que se tornaram extremamente populares como modelo de consumo de apresentações musicais. Estabelecidas a partir de diferentes formatos, plataformas e formas de monetização, o Brasil foi um país onde o modelo se mostrou bastante frutífero durante o período de pandemia, sobretudo para artistas que já possuíam bom desempenho no mercado: Das dez maiores *lives* de toda a história do YouTube, oito são de artistas brasileiros e se referem ao primeiro semestre de 2020. Essa estatística fica ainda mais concentrada uma vez que, dos oito artistas presentes no TOP 10, sete são sertanejos (PEIXOTO, 2020).

A relação entre o ambiente digital e cultura durante a pandemia se deu através dos mais diversos setores culturais e das mais diversas formas. Assim como as *lives* foram um grande fenômeno deste período, os índices relacionados à produção e consumo de podcasts também foram destacados: segundo dados financeiros divulgados pelo Spotify, o consumo de

podcasts aumentou 200% em 2020 e só no mercado brasileiro o serviço de streaming lançou 40 produções originais e exclusivas (SOBOTA, 2020). Ao falarmos do crescimento no consumo de mídia digital alavancado pelo contexto pandêmico, é necessário destacar a participação dos conteúdos em vídeo neste bolo que vêm crescendo exponencialmente e aponta para o alcance de índices ainda maiores. Dados da Kantar Ibope Media (2020) indicam que 80% dos brasileiros conectados à internet consomem vídeos online gratuitos, índice bem acima da média mundial, responsável por 65%. Este é um crescimento resultado da participação de sites já centrais para esta esfera como o YouTube; pela maior participação de redes sociais como Facebook, Instagram e WhatsApp que passaram a investir em dinâmicas que estimulam o compartilhamento e consumo de vídeos; pelo surgimento de novos aplicativos como o TikTok e certamente pela distinta participação dos serviços de vídeo sob demanda.

Os serviços de vídeo sob demanda (VOD, na sigla em inglês) atualmente estão sob o grande guarda-chuva dos serviços Over The Top (OTT), uma vez que passaram a utilizar o *streaming* como principal tecnologia para o compartilhamento de dados. É exatamente essa íntima relação entre o VOD e o *streaming* que se caracteriza como o grande elemento de inovação destes serviços e os colocam no epicentro dos debates atuais do setor audiovisual. A partir do total direcionamento da atuação no ambiente digital para pensar produção, distribuição, exibição e consumo audiovisual, os novos serviços de vídeo sob demanda se apresentam como grande marco paradigmático para o setor no século XXI, liderado pela popularização da Netflix. Maior representante global do segmento, a Netflix serve como boa ilustração da importância do ambiente digital para esta dinâmica uma vez que iniciou seus trabalhos ainda em 1997 como empresa de aluguel de filmes físicos, mas alcançou o impacto mundial tal qual conhecemos a partir da transição de sua atuação baseada no modelo de *streaming* e do uso de tecnologias digitais para pensar as diversas etapas da cadeia produtiva do audiovisual.

A popularização cada vez maior de aparelhos portáteis, assim como o aumento de pessoas conectadas à internet em todo o mundo, faz com que olhemos para o consumo cultural no ambiente digital com especial atenção. Entre os vários aspectos nos quais a relação entre cultura e mídias digitais pode ser pensada, Guillermo Sunkel destaca que:

Em primeiro lugar, as mídias digitais passaram a ser uma parte tão importante da vida dos jovens que essas mídias realmente alteraram a maneira como vivem suas vidas e influenciaram suas relações sociais. Em segundo lugar, o uso de tecnologias digitais é imperdível se as pessoas aproveitarem as oportunidades que essas tecnologias abrem no âmbito cultural e em outras áreas da vida. Em terceiro lugar, o uso de tecnologias

digitais proporciona novas portas para atividades culturais que dão origem a uma reorganização dos padrões de consumo cultural e uma reestruturação dos assuntos culturais. Por fim, o uso de novas tecnologias também é uma prática cultural. (SUNKEL, 2015, p. 164, tradução nossa)

Fato é que, ainda que a relação entre o campo cultural e o ambiente digital não seja uma relação originária desta aproximação que presenciamos nos últimos anos, sem dúvida ela ganhou força e importância com este recente fenômeno e, assim, traz consigo a necessidade de olharmos com especial atenção para essa aproximação e para os argumentos que orbitam em sua volta. Os debates sobre diversidade cultural e acesso à cultura são dois temas centrais para esta discussão que ajudam a pensar os limites, capacidades e importantes questões que devem ser consideradas pelas políticas direcionadas ao setor.

A conexão entre diversidade cultural, acesso à cultura e as tecnologias da informação e comunicação (TICs) se dá desde os anos 1990 com a criação de grande parte destas tecnologias envoltas por um otimismo, atrelado à globalização, de que a inovação tecnológica ajudaria na superação das fronteiras e na diminuição das distâncias, tornando rarefeitas as barreiras para as trocas entre as distintas culturas do mundo. Essa relação se dá durante a emergência das TICs em um contexto político e econômico marcado pelo neoliberalismo. Junto ao favorecimento das grandes corporações internacionais como protagonistas no sistema internacional e das lógicas mercadológicas como balizadoras das relações sociais e econômicas, essa associação é íntima de uma narrativa que defendia a aproximação entre as tecnologias digitais com a diversidade cultural como um processo intrínseco (BALADRON, RIVERO, 2019).

Esse discurso, contudo, não se mostrou totalmente correto, sobretudo a partir da necessidade de atuação estatal como fator essencial no diálogo para a garantia desses direitos. (BALADRON, RIVERO, 2019). Na América Latina, essa possível intrínseca relação entre tecnologias digitais, diversidade cultural e acesso à cultura se mostrou ainda mais frágil dado ao histórico econômico, político e social dos países da região quando pensamos em estrutura tecnológica que possibilite tais condições.

A discussão sobre o consumo cultural no ambiente digital pede com que voltemos nossa atenção para questões relacionadas à estrutura de conectividade no Brasil, ou seja, pensar sobre as formas nas quais o brasileiro está conectado à internet, o alcance da conectividade, por quais aparelhos a maioria da população está conectada e como o consumo cultural é feito no ambiente digital. Essas questões são centrais uma vez que para falarmos de um possível aumento do acesso à cultura a partir das mídias digitais, pensar a distribuição e

disponibilização desse material de maneira isolada não é suficiente para chegarmos a uma conclusão plausível.

Já o debate sobre a diversidade cultural no ambiente digital traz à tona questões não só sobre a quantidade de conteúdo disponibilizado na internet, mas também sobre o conteúdo que é de fato consumido na internet, sobretudo aquele que chega até grande parte da população. No âmbito dos serviços de VOD, este é um debate que se relaciona intimamente com as questões de proeminência e a atuação dos algoritmos como mecanismos de recomendação de conteúdo aos usuários. É um debate tratado intimamente por teorias como a Teoria da Cauda Longa de Chris Anderson (2006) e as Teorias das Super Estrelas trabalhadas por Sherwin Rosen (1981) e Moshe Adler (1985), teorias que se contrapõem nessa relação entre o consumo de conteúdo e diversidade cultural.

Uma vez que o consumo de vídeo está no centro do consumo cultural no ambiente digital e os números dos serviços de VOD são basilares para este grupo, este artigo propõe analisar o consumo de cultura digital a partir do recorte dos serviços de vídeo sob demanda. Para além desta introdução, o texto apresentará dados sobre o crescimento no consumo de conteúdos de VOD no Brasil e no mundo, qual sua representação para o consumo cultural das famílias brasileiras, dados sobre conectividade e as formas nas quais a população do Brasil se conecta à internet. Esses dados extraídos de estudos e relatórios de institutos de pesquisas públicos e privados, serão debatidos à luz de bibliografia especializada sobre diversidade cultural e acesso à cultura, no intuito de construir uma análise crítica sobre sua relação com o consumo de vídeo sob demanda.

### **3.2 Aumento do Vídeo sob Demanda e do Consumo de Vídeo nos Últimos Anos**

Como dito anteriormente, o período da pandemia sem dúvidas pode ser encarado como um catalisador do processo de consolidação dos serviços de vídeo sob demanda no Brasil. O segmento do VOD é um dos serviços que, apesar das consequências negativas da pandemia, registrou resultados positivos em todo o mundo para muito além de resultados relacionados ao aumento do número de assinaturas ou tempo de visualização. Este contexto foi também aproveitado para testar e iniciar novos modelos de negócios e formas de se relacionar com o público. O fechamento das salas de cinemas impactou diretamente a estreia de novas produções que viram no vídeo sob demanda uma janela de lançamento oportuna para a diminuição de prejuízos. Nessa toada, estúdios aproveitaram para posicionar o VOD como janela prioritária de exibição, ao lado das salas de cinemas ou ainda mesmo como único espaço de exibição. Um exemplo que ilustra esse novo posicionamento do vídeo sob demanda

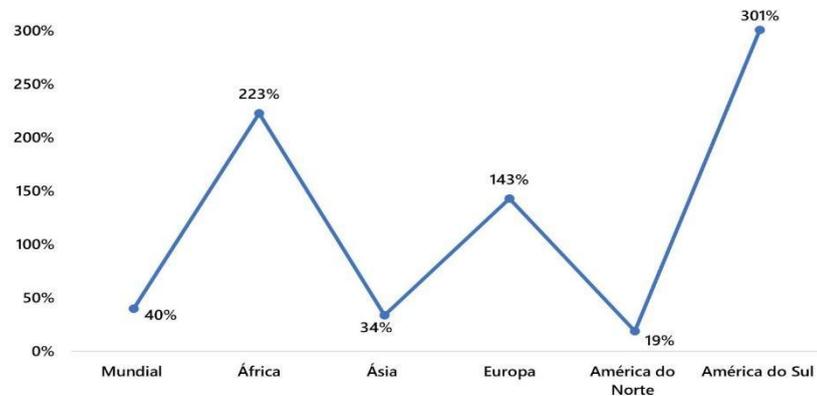
na estratégia de lançamento de grandes produções pode ser visto através do caso da Warner Bros. que anunciou o lançamento de todas as produções agendadas para 2021 simultaneamente nos cinemas e no HBO Max, serviço de vídeo sob demanda do estúdio (LANG, 2020).

No Brasil, o destaque pode ser dado especialmente ao Globoplay, serviço de vídeo sob demanda da Globo, que não só registrou aumento na sua base de assinantes, como também inovou em termos de modelo de negócios. Para além do modelo baseado no catálogo de títulos, o Globoplay passou a ofertar planos de assinatura que incluem a oferta de canais ao vivo do grupo Globosat por meio da plataforma, contendo canais direcionados aos mais diversos públicos e responsáveis por uma grande audiência na TV por assinatura. Além dessa concentração da distribuição de conteúdo do grupo Globo, o serviço de *streaming* passou a ofertar pacotes conjuntos com outras plataformas como o Deezer e o Disney+, operando conjuntamente para a entrada do serviço de VOD da *major* no Brasil.

Os índices acerca do número de assinaturas dos serviços de vídeo sob demanda, assim como do consumo de vídeo no Brasil, não só seguem uma tendência mundial, como se destacam pelo alto consumo de conteúdo audiovisual no país. Segundo estudo da CompariTech, o Brasil é o segundo país com o maior número de assinantes da Netflix em todo mundo e o terceiro em mercado. No primeiro trimestre de 2020, o país registrou uma base de assinantes correspondente a 16 milhões de assinantes, atrás apenas dos Estados Unidos, que registra 63 milhões de assinantes. A diferença da posição entre a quantidade no número de assinantes e o tamanho do mercado se deve a questões relacionadas a impostos e valorização da moeda nacional, perdendo posição para o Reino Unido (WAKKA, 2020).

A quantidade total da base de assinantes da Netflix no Brasil é numericamente a mesma quantidade de novos usuários da plataforma incorporados durante o período de quarentena ao redor do mundo, sendo que estes 16 milhões de novos assinantes foram, segundo a empresa, o dobro da projeção feita para o mesmo período (FARIAS, 2020). Este enorme aumento registrado pela gigante do *streaming*, assim como dos outros serviços de VOD, no geral é um movimento que segue o aumento do consumo de vídeo em todo o mundo, sobretudo do vídeo online. Esta tendência pode ser visualizada através do Gráfico 1, que apresenta a comparação do tempo de visualização entre dezembro de 2019 e dezembro de 2020 nas diferentes regiões do mundo. Já o Gráfico 2 traz os dados relativos somente à América do Sul, para o mesmo recorte temporal. Ambos os gráficos foram gerados a partir dos dados do estudo “*State of Streaming*” da empresa de consultoria Conviva (CONVIVA, 2020).

**Gráfico 1:** Aumento do tempo de visualização do *streaming* entre dezembro/2019 - dezembro/2020.



Fonte: CONVIVA, 2020.

**Gráfico 2:** Aumento no tempo de visualização do *streaming* na América do Sul 2019 - 2020.



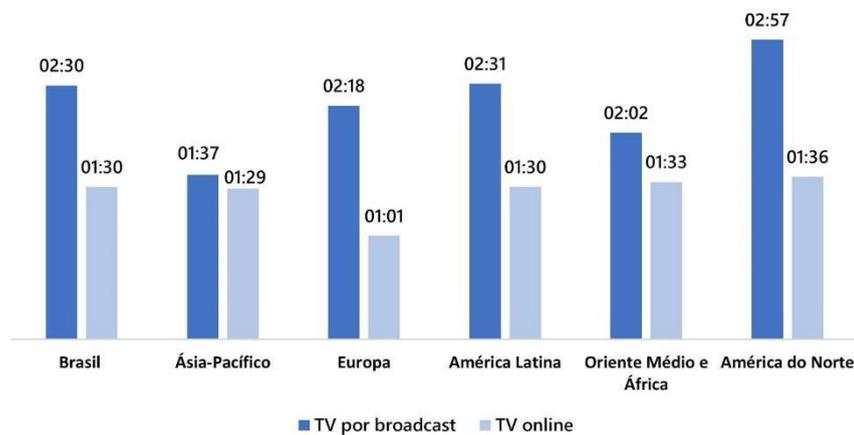
Fonte: CONVIVA, 2020.

Para além do aumento do tempo de visualização, os dados acima deixam claro o destaque que a América do Sul possui neste aumento. O Brasil como país com maior população na região, certamente pode ser entendido como elemento central para este índice, assim como Argentina e Colômbia que são grandes mercados consumidores de conteúdo audiovisual na América do Sul.

O aumento de tempo de visualização do *streaming* apresentado nos gráficos acima é também corroborado pelos dados do relatório “*Entertainment: GWI’s flagship report on the latest trends in entertainment*”, elaborado pela GWI, empresa especializada em pesquisa de

mercado. De acordo com o documento publicado em 2021, o consumo de TV por *broadcast* está diminuindo ao cabo que o consumo de TV por modo online está aumentando gradativamente. A comparação entre 2015 e 2021 indica que o percentual de consumo da TV por *broadcast* foi de 71% para 58%, enquanto a TV online aumentou seu consumo de 29% para 42%, no mesmo período (GWI, 2021). Ainda assim, é importante destacar que a TV por *broadcast* ainda é responsável pelo maior número no consumo de TV em todas as regiões contempladas pela pesquisa. No Gráfico 3 é possível visualizar os dados comparativos da TV por *broadcast* e da TV online, onde percebe-se que o Brasil possui níveis bem próximos aos da América Latina, ambos registrando altos índices entre o recorte analisado pela pesquisa.

**Gráfico 3:** Tempo médio (em horas e minutos) de consumo de TV por broadcast e TV online em um dia.



**Fonte:** GWI, 2021.

Os índices médios de consumo de vídeos no Brasil em 2020, segundo a pesquisa “*Inside Video: a (re)descoberta*” da Kantar Ibope Media, superam a média global de consumo de vídeos em todas as categorias analisadas pelo estudo. Em média, 80% dos brasileiros conectados à internet consomem vídeos online gratuitos, 72% consomem vídeos em redes sociais e 62% consomem vídeos em serviços por assinatura (KANTAR IBOPE MEDIA, 2020). O preço pago pelos serviços de vídeo é um fator de destaque percebido no documento. O aumento do consumo de vídeos online por *streaming* gratuito foi 10% superior ao aumento do consumo a partir de serviços pagos - 68% contra 58%, no segundo caso. Um preço baixo foi também o indicado como maior atrativo para a assinatura de um serviço pago, assim como

o aumento de valor da assinatura foi indicado como principal motivo que levaria ao cancelamento do serviço (KANTAR IBOPE MEDIA, 2020).

Esse aumento no consumo de conteúdo audiovisual no qual as plataformas de vídeo sob demanda possuem significativa participação está atrelado também ao aumento do número de serviços que surgiram nos últimos anos. Com a perspectiva cada vez mais positiva do segmento para o setor, os novos serviços que trabalham com conteúdo audiovisual sob demanda através do *streaming* não são somente oriundos de novas empresas do setor, como também são novos modelos de negócios de consolidadas empresas e conglomerados da área. As novas plataformas de VOD que surgiram nos últimos anos e têm chegado no Brasil com afincos por conta do potencial de mercado que pode ser explorado, estão cada vez mais relacionadas com canais da televisão aberta, da televisão por assinatura e das grandes *majors* hollywoodianas.

Por outro lado, surgem também cada vez mais serviços de VOD direcionados a nichos específicos como por gêneros audiovisuais, temáticas identitárias, formatos e públicos. Os últimos dados acerca da quantidade de serviços de vídeo sob demanda sistematizados pela Ancine, através do Observatório do Cinema e do Audiovisual (OCA), foram publicados em 2018 e registraram a atuação de 52 serviços de vídeo sob demanda em operação no Brasil (ANCINE, 2018). Levando em conta o exponencial crescimento do segmento após esse período, sem dúvidas essa quantidade já é significativamente maior.

Os dados sobre o aumento no consumo de conteúdo audiovisual a partir do VOD, assim como a quantidade de serviços disponíveis, geralmente estão próximos a um debate relacionado à diversidade cultural. Os avanços da tecnologia digital permitiram o armazenamento de uma grande quantidade de títulos nestas plataformas, assim como o uso de filtros e sistemas de recomendações que podem servir como instrumentos para a expansão de conteúdos que não possuem muita publicidade e, dessa forma, acabam ficando escondidos entre a grande variedade disponível. Na esteira desse debate, a Teoria da Cauda Longa e as Teorias das Super Estrelas podem nos ajudar a discutir essa relação entre uma possível diversidade cultural e os serviços de vídeo sob demanda.

### **3.3 Digitalização é Sinônimo de Diversidade Cultural?**

Como dito anteriormente, ainda que a aproximação entre a diversidade cultural e o consumo cultural por meio de mídias digitais tenha se dado antes da popularização dessas novas tecnologias, certamente é possível dizer que ela ganha mais peso e se apresenta de novas formas a partir dos últimos anos. É uma relação que pode ser dada com especial

destaque às plataformas de vídeo sob demanda, uma vez que a evolução da própria Netflix serviu como importante estudo de caso para que teorias como a Teoria da Cauda Longa fosse usada como uma estratégia de mercado viável, com o elemento da diversidade cultural em seu cerne (NAPOLI, 2019, p. 88).

A Teoria da Cauda Longa criada por Chris Anderson (2006) basicamente está centrada na premissa de que a tecnologia digital permitiria um consumo mais diverso de conteúdos. De um lado, as restrições do espaço físico das prateleiras e da capacidade logística da programação dos canais analógicos seriam aliviadas pela distribuição e acesso destes conteúdos de forma online. Por outro lado, a diversidade poderia prosperar já que essas novas tecnologias possibilitariam novos mecanismos, mais sofisticados, de buscas e recomendações de conteúdos que não eram de conhecimento da grande audiência. Essas condições influenciariam em duas tendências: a decrescente importância, relativa ou até mesmo absoluta, de conteúdos com envolvimento de grandes nomes e estrelas da cultura e entretenimento (o que Anderson chama de “*fat head*”); e um aumento nas opções de conteúdos, onde se incluem conteúdos relacionados a nichos específicos de audiência - a Cauda Longa. Essas tendências resultariam em uma maior variedade de produções consumidas, equalizando o consumo de conteúdos populares e outros mais desconhecidos.

O surgimento do fenômeno da Cauda Longa poderia emergir a partir de quatro formas: a) pela democratização dos meios de produção para diversos tipos de conteúdos; b) pela redução de custos para o acesso destes conteúdos, onde a internet tem um papel central; c) pela digitalização que permite agrupar os consumidores e criar nichos de mercados que sejam sustentáveis; e d) pela existência de filtros pertinentes que ajudam os consumidores a encontrar o que é provável que os agrade apesar da enorme quantidade de títulos disponíveis (RANAIVOSON, 2016, p. 244). Ainda que possamos pensar em argumentos que ilustrem as limitações desses quatro pontos e que extrapolam os limites do audiovisual - se relacionando com questões políticas, econômicas e sociais mais gerais -, é possível afirmar que essas quatro formas de surgimento da Cauda Longa podem ser observadas, em certa medida, a partir dos casos das plataformas de *streaming* audiovisual.

Esse olhar, em certa medida, pode levar o observador a pensar que após as evoluções percebidas nos últimos anos, a relação da Cauda Longa com o aumento da diversidade cultural - tal qual Anderson teorizou durante os anos 2000 - pode ser confirmada. Contudo, uma importante diferenciação deve ser considerada para que ao fim da análise os resultados não sejam equivocados. Como Ranaivoson (2016) defende, existe um certo consenso sobre o

aumento da diversidade ofertada a partir do consumo e distribuição de conteúdos no ambiente digital. Entretanto, quando pensamos na diversidade consumida, as conclusões podem ser distintas. Diversidade ofertada e consumida se diferenciam na medida em que a primeira corresponde ao que é disponibilizado, ao passo que a segunda depende não só do que é disponibilizado, mas da sua relação com o consumidor, os gostos e formas nas quais o conteúdo chega até a ponta final da cadeia (VAN DER WURFF & VAN CUILENBURG, 2001).

Essa diferenciação sobre diversidade ofertada e consumida é central para pensarmos não só a teoria da Cauda Longa, mas também outra teoria que se apresenta em oposição à teoria de Anderson: a Teoria das Super Estrelas, trabalhada principalmente por Rosen (1981) e Adler (1985). O paralelo em que essas duas teorias se encontram está diretamente relacionado ao debate sobre a diversidade e seus dois tipos apresentados anteriormente, no sentido em que ambas as teorias desenvolvem suas discussões a partir da diversidade ofertada e então chegam em resultados opostos. Se por um lado, Anderson acredita que a diversidade ofertada vá impactar positivamente também na diversidade consumida, Rosen e Adler chegam em conclusão oposta, defendendo um status de concentração do consumo a partir da relevância das super estrelas.

Ainda que trabalhem sob diferentes abordagens, os dois autores da Teoria das Super Estrelas constroem um raciocínio argumentativo de que o consumo de produções culturais se concentra em um pequeno número de produtos e realizadores, as chamadas super estrelas (RANAIVOSON, 2016). Uma das distinções das duas abordagens se refere sobre a maneira como essas super estrelas alcançam esse status e como se relacionam com as tecnologias digitais. No cerne da perspectiva elaborada por Rosen (1981, p. 242), as super estrelas seriam formadas por produtos ou criadores com qualidades, habilidades e talentos destacados que os levariam a se beneficiarem da tecnologia, sobretudo a partir da diminuição dos custos de distribuição e consumo. Essa relação seria central para que estes produtos e criadores de destaque se integrassem ao aumento da diversidade ofertada e alcançassem também uma economia de escala. A combinação desses fatores, juntamente a maior qualidade e prestígio designado a essas super estrelas a manteriam no centro do consumo das expressões culturais.

Já a abordagem defendida por Adler (1985) se apoia em uma análise das super estrelas em que a informação está no centro do argumento que explica as capacidades destes atores e, diferentemente de Rosen, a qualidade ou talento não é um fator crucial (RANAIVOSON, 2016, p. 143). Para o autor, a concentração do consumo nestes produtos ou realizadores de destaque se relaciona a uma preferência dos consumidores, que buscam consumir o que outras

peessoas estão consumindo também. Ter informações sobre questões relacionadas à produção ou as pessoas envolvidas no projeto fazem a diferença na escolha final. Assim, produtos ou realizadores com maior visibilidade - que não necessariamente está relacionado com a qualidade - atraem maior atenção do público e influenciam na concentração do consumo. Pode-se dizer que essa abordagem de Adler leva muito em consideração o sentimento de pertencimento e até mesmo certa segurança que se têm ao consumir o mesmo que outras pessoas e grupos também estão consumindo.

Apesar das diferenças entre as duas abordagens, os dois autores entendem que, de forma geral, a diversidade não é um fator especial para a escolha do que será consumido. Isso porque, ainda que Rosen (1981) considere que possa existir uma afinidade pela diversidade, o autor não acredita se tratar de um fator que mude a conclusão da teoria. Já Adler (1985) reconhece que os indivíduos possam ter gostos distintos, o que leva à formação de nichos de consumo e, conseqüentemente, possa representar alguma diversidade. Contudo, a formação de nichos não significa que, necessariamente, cada indivíduo valorizará a diversidade por si só.

A valorização da diversidade pelos consumidores e uma possível associação positiva entre ela e as tecnologias digitais são os principais pontos de discordância entre as duas teorias tratadas aqui. Isso porque, diferentemente dos teóricos das super estrelas, Anderson acredita que a expansão de conteúdos ofertados pela internet faz com que os consumidores percebam que valorizam a diversidade mais do que imaginavam (RANAIVOSON, 2016, p. 254). A partir desse raciocínio, ao terem a possibilidade de consumir produções diversas - em termos de gênero, origem, elenco, temáticas, etc - os indivíduos perceberiam que valorizam conteúdos mais diversos para além dos já conhecidos ou que estão atrelados a grandes nomes da indústria. Ou seja, na perspectiva de Anderson (2006) o processo de valorização e fortalecimento da Cauda Longa está intimamente atrelado a uma percepção de que os indivíduos desejam mais do que produções vinculadas às super estrelas. Desejo este, ignorado por grande parte das empresas e profissionais do audiovisual na pré-internet (HINZ et al, 2011 apud RANAIVOSON, 2016).

Assim como a questão da valorização da diversidade é abordada de maneira distinta pelas duas teorias trabalhadas aqui, a redução dos custos de distribuição e armazenamento das produções audiovisuais também são trabalhadas sob um olhar divergente por parte dos autores. Pela perspectiva de Anderson (2006), essa redução de custos beneficiaria sobretudo as obras da Cauda Longa, uma vez que sem o fenômeno da digitalização, os custos de manter obras de nicho e lucros provenientes seriam baixos perto do recorrente baixo orçamento dessas obras. Por outro lado, Rosen (1981) defende que essa redução de custos beneficiaria

ainda mais obras em que as super estrelas estivessem envolvidas, uma vez que proporcionaria a interconexão entre mercados nacionais e globais, fazendo com que o apelo publicitário desses atores pudesse ser explorado para um público ainda maior, aumentando conseqüentemente as possibilidades de arrecadação.

Os paralelos entre as duas teorias apresentadas neste texto - que são diversos e não foram esgotados na discussão aqui trabalhada - são valiosos na medida em que auxiliam na construção de uma visão sobre um fenômeno extremamente contemporâneo. Isso porque, para além de duas teorias que possuem um olhar divergente sobre o mesmo objeto, o diálogo entre a Teoria das Super Estrelas e a Teoria da Cauda Longa permite uma revisão desta última a partir dos novos aspectos e dinâmicas que emergiram a partir dos serviços de vídeo sob demanda. Sendo uma teoria fortemente atrelada a estas novas plataformas, as rápidas evoluções deste segmento devem ser levadas em conta para pensar as limitações da abordagem teórica da Cauda Longa.

É sob essa perspectiva que Elberse (2013) utiliza a Teoria das Super Estrelas para olhar para a teoria da Cauda Longa e entender suas limitações, baseado em um olhar empírico das plataformas de vídeo sob demanda. De forma geral, é possível dizer que Anita Elberse, através de seu estudo, constrói uma lógica argumentativa em que as mídias digitais favorecem conteúdos voltados para o consumo de massa, em que as estratégias utilizadas para a produção e distribuição de *blockbusters* continuam sendo utilizadas neste novo segmento (NAPOLI, 2019). Estratégias essas que são bastante alinhadas ao modelo de negócio das produções centradas nas super estrelas, opostas em muitos pontos às máximas presentes na Teoria da Cauda Longa. O trabalho anterior de Anita Elberse (2008) “*Should you invest in the long tail?*” já traz essa discussão sobre as limitações da Cauda Longa como teoria norteadora de modelos de negócios para mídias digitais. De acordo com o texto, a adoção da Cauda Longa como modelo de negócio não tem efeito positivo direto para a performance de organizações financeiras como a teoria defende que teria. Essa relação entre a exploração de conteúdos de nichos e desenvolvimento da indústria audiovisual, na realidade, não é consolidada como estratégia de sucesso financeiro.

No limite, estratégias como o investimento em conteúdos com altos orçamentos, alto risco e grande retorno são os que mais direcionam as estratégias de negócios das grandes plataformas audiovisuais (NAPOLI, 2019, p, 87). São estratégias que podem ser visualizadas a partir das atuações de empresas como Netflix, Amazon Prime Vídeo, Disney+, HBOMax e GloboPlay, principalmente referente às produções originais desenvolvidas por essas empresas

a partir da integração vertical da cadeia do audiovisual que tem se consolidado nos últimos anos neste segmento.

A produção de conteúdo original por parte das plataformas de *streaming* audiovisual pode ser considerada um ponto de virada no desenvolvimento destes serviços, colocando-os como atores atuantes em toda a cadeia produtiva do audiovisual e ultrapassando a barreira de apenas distribuidores e exibidores. Central para o crescimento vertiginoso dessas empresas nos últimos anos, a produção de conteúdo original é resultante do processo de verticalização do vídeo sob demanda, fenômeno transversal a toda evolução do setor audiovisual e suas diferentes janelas de exibição. Não seria exagero dizer que existe uma associação entre a evolução da indústria audiovisual e a verticalização em todos os diferentes meios de exibição: foi assim com os estúdios de cinemas que controlavam os parques exibidores e posteriormente passaram a produzir filmes; foi assim com a televisão e o estabelecimento de uma nova forma de produção audiovisual; e está sendo assim com as empresas de *streaming* audiovisual, trazendo suas especificidades - como o fenômeno do *binge watching* e o uso de algoritmos - para as produções originais dessas plataformas. Nesse sentido, pode-se dizer que a integração vertical é um sinal da consolidação destes novos serviços a partir de uma nova forma de atuação na indústria.

É também na integração vertical que se tem argumento para uma crítica à Teoria da Cauda Longa a partir de um paralelo com a Teoria das Super Estrelas, assim como fizeram Elberse (2013), Napoli (2019), Keating (2012), Evens et al (2010) e outros. O investimento das empresas de *streaming* audiovisual em conteúdo original segue algumas estratégias semelhantes ao modelo de negócios de produções *blockbusters*, como dito anteriormente, em que muitas delas estão alinhadas aos pontos defendidos pelos teóricos das super estrelas. Desde 2013, quando a Netflix lançou suas primeiras produções originais de grande repercussão, nomes conhecidos do público e da crítica estavam envolvidos em toda a produção, das funções técnicas ao elenco principal. Com os retornos positivos advindos dessas produções e o grande potencial econômico e criativo para a criação de novas obras por parte dos novos serviços de conteúdo audiovisual sob demanda, se percebeu um movimento de deslocamento de atores, roteiristas, diretores e outros profissionais de renome para a produção de conteúdo original nestas empresas. O potencial publicitário do envolvimento destes nomes reconhecidos não só serve como estratégia para a conquista de novos usuários, assim como tem grande potencial para fidelização do consumidor à marca de modo geral e não somente limitada a uma produção específica. É um movimento que, após quase dez anos, é possível ver sua evolução em território brasileiro. Serviços como HBOMax e Amazon

Prime Vídeo têm recorrido a nomes de peso da Rede Globo, não somente como atores e roteiristas para obras específicas, mas sim como criadores de conteúdo nacional que serão desenvolvidos pela plataforma.

Esses exemplos empíricos, de acordo com Philip Napoli (2019, p. 92), se relacionam com o argumento da integração vertical a partir de dois pontos principais. Uma vez que ocorre o aumento de investimento em obras originais por parte dos serviços de vídeo sob demanda, de certa forma torna-se inversamente proporcional o investimento em obras licenciadas diversas que constituiriam os catálogos destas plataformas. O segundo é que, uma vez que estas empresas estejam direcionando esforços para a produção de obras originais, o conteúdo licenciado que compõem os catálogos, em certo sentido acaba atuando como competição para o próprio conteúdo desenvolvido por essas empresas.

O modelo de Stirling (2007) defende uma ideia de que a diversidade pode ser entendida como uma mistura de variedade, equilíbrio e disparidade de um sistema. Uma vez que se observa um movimento de verticalização nas empresas de vídeo sob demanda, potencialmente os conteúdos originais podem estar sendo favorecidos sob os conteúdos licenciados, gerando uma tendência, observada nos últimos anos, de divisão de conteúdo audiovisual em serviços distintos, definidos por gêneros, local de origem, empresas produtoras e muitas outras formas de organização. Ainda que uma mega empresa do porte da Netflix consiga expandir sua atuação a nível global, produzindo conteúdo audiovisual das mais diversas nacionalidades e dos mais diversos gêneros, o fenômeno que se observa a partir dos serviços de vídeo sob demanda coloca em xeque o verdadeiro potencial de alcance da Teoria da Cauda Longa. Como Napoli (2019) defende, o que acontece é que com a divisão da Cauda Longa em nichos específicos, nenhum dos exemplos vistos atualmente é capaz de representar os potenciais das ideias desenvolvidas por Chris Anderson.

As ideias apresentadas até aqui tentam jogar luz na relação que constantemente se busca estabelecer entre diversidade e os serviços de vídeo sob demanda, no intuito de argumentar que essa não é uma relação inerente. Na realidade, se fazem necessários diversos esforços e fatores para que a diversidade seja de fato expressiva, tal qual a Teoria da Cauda Longa vislumbra. É importante destacar que a crítica aqui trazida não se opõe ao entendimento de que, comparado ao cenário pré-digital, o alcance de conteúdos com menos recursos na produção e distribuição certamente está mais expressivo e alcança um número de consumidores que possivelmente não seriam alcançados no contexto anterior. É um debate que reconhece os inegáveis avanços, mas busca identificar e entender as limitações que ainda se fazem presentes.

Trata-se de uma discussão que supera o limite do campo cultural, mas também está relacionada a elementos sociais e tecnológicos necessários para que o consumo se dê de fato. Elementos como os modos nos quais a população acessa a internet, o tipo de conexão, os aparelhos utilizados, quem tem acesso a essas tecnologias e qual a qualidade do consumo cultural no âmbito digital que temos no Brasil.

### **3.4 Conectividade e Consumo de Cultura Digital no Brasil**

A coleta de informações relacionadas à cultura digital se consolida cada vez mais em pesquisas nacionais que buscam construir um panorama e séries históricas sobre o acesso da população brasileira às tecnologias, o peso dos gastos relacionados a esse grupo na renda das famílias e indivíduos, a forma de consumo de cultura digital e outras temáticas relacionadas. Instituições de pesquisas públicas e privadas do país como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE) e o Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) vêm contribuindo para a robustez de dados da área a partir de publicações como o Sistema de Informações e Indicadores Culturais (SIIC), a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF), a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD Contínua), a TIC Domicílios, a TIC Cultura, assim como muitas outras.

Há alguns anos, dados socioeconômicos sobre o Brasil vêm indicando tendências da centralidade do celular como dispositivo mais difundido entre a população, da internet como um dos serviços centrais para as famílias brasileiras de modo geral, mas também para o acesso à cultura. Dados do SIIC 2009-2020 indicam que a internet e a televisão são centrais para o consumo cultural das famílias brasileiras. Através do Índice de Preços da Cultura (IPCult), o grupo “Serviço por telefonia, TV por assinatura e Internet” é responsável por 60,8% dos gastos com cultura das famílias brasileiras (IBGE, 2021). Na edição anterior do SIIC - referente ao período 2007 - 2018 -, o grupo foi indicado como responsável pelo maior gasto com cultura das famílias de todas as faixas de rendimento. Contudo, é importante destacar que sua concentração é ainda mais intensa nas faixas de menor rendimento quando comparados com as de maior: para as famílias com rendimento mensal até R\$1908, o valor destinado para serviço por telefonia, TV por assinatura e Internet é responsável por 62,9% dos gastos com cultura, enquanto para o grupo com rendimento mensal familiar superior à R\$23.850 ele é responsável por 45,9% (IBGE, 2019).

A internet tem crescido nos domicílios brasileiros, sobretudo através da banda larga móvel. Dados da PNAD Contínua referentes ao ano de 2019 e divulgados em 2021 indicam que a banda larga móvel é utilizada em 81,2% dos domicílios brasileiros, enquanto a banda

larga fixa fica um pouco atrás, utilizada em 77,9% dos lares. O celular é o dispositivo mais utilizado para acessar a internet, encontrado em 99,5% dos domicílios do país, seguido pelo computador 45,1%, televisão 31,7% e pelo tablet 12% (URUPÁ, 2021).

Ao mesmo tempo em que a predominância do celular indica que a maior parte da população acessa a internet através deste meio, por outro lado se apresenta outro contexto em que 58% da população só acessa a internet através do celular. Ele se torna ainda mais central para parcelas mais vulneráveis da população, como a classe C, D e E, analfabetos e pessoas com escolaridade até o ensino infantil, e população rural (CETIC, 2021). O que se demonstra é que quanto maior o extrato social, maior a probabilidade de acessar a internet em múltiplos dispositivos, assim como realizar mais atividades na internet.

O acesso à internet de forma multitelas - ou seja, através da televisão, computador ou celular - está intimamente relacionado ao consumo de conteúdo audiovisual. Enquanto 95% dos indivíduos que compõem este grupo consomem vídeos pela internet, esse percentual cai para 57% quando falamos dos indivíduos que acessam a internet somente através do celular. A diferença no consumo audiovisual através de serviços OTT também se dá a partir do tipo de conexão: 81% dos indivíduos com acesso à banda larga fixa consumiram vídeos, programas, filmes ou séries pela internet e 64% dos indivíduos com banda larga móvel realizaram a mesma atividade (CETIC, 2020).

Todas essas informações e pesquisas mostram um cenário em que, apesar do consumo cultural no âmbito digital ser a alternativa mais viável (ou até mesmo a única) para grande parte da população brasileira, ele ainda possui suas nuances e pode-se até mesmo afirmar que é feito com qualidade a depender da classe social. São nas classes altas onde se assiste vídeos para além do celular, com boa conectividade e onde se paga para ter acesso a conteúdos na internet. Somente 23% dos usuários de internet da classe C, D e E pagam para assistir a filmes ou séries (CETIC, 2020) e, de acordo com o IPCult, esse gasto refere-se a cerca de 0,8% dos gastos com cultura (IBGE, 2021). Um levantamento realizado pelo portal Tela Viva aponta que assinar os dez principais serviços de streaming disponíveis no país custa cerca de R\$208 (duzentos e oito reais), ou seja, aproximadamente 17% do valor do salário mínimo no Brasil (TOLEDO, 2022).

As informações apresentadas acima se relacionam estreitamente com toda uma discussão sobre consumo cultural no âmbito digital que não é característica exclusiva do Brasil, mas se relaciona também à dinâmica social do século XXI e do contexto socioeconômico de muitos países da América Latina. De modo geral, falar em consumo cultural pode ser acompanhado de três conceitos importantes para entender suas diferentes

dimensões, como aponta Sunkel (2015, p. 158). O primeiro deles é de que o consumo cultural costuma ocorrer durante o tempo de ócio das pessoas, diretamente ligado ao período de produtividade, seja ela o trabalho ou o período de estudos, no caso de jovens. Uma vez que é entendido como parte deste período de ócio, o consumo cultural passa a ser elemento intrínseco na busca pelo bem estar. O segundo conceito é ancorado nos escritos de Bourdieu (1984) de que a divisão social e os padrões de consumo cultural estão diretamente relacionados. Indivíduos que fazem parte dos mesmos grupos sociais tendem a desenvolver afinidades e interesses por atividades semelhantes, que muitas vezes estão associados às oportunidades que a pessoa possui durante sua vida. Assim sendo, o consumo cultural não é reflexo somente de preferências individuais, mas também possui associação com questões estruturais de classe. O terceiro conceito é de que o consumo cultural pressupõe acesso à bens culturais. Contudo, o acesso a bens culturais não garante a apropriação da pessoa a esses bens, uma vez que a apropriação presume o domínio de certas habilidades necessárias para lidar com os bens culturais da melhor forma possível.

Esses três conceitos sobre consumo cultural ganham novas perspectivas e roupagens quando as lentes são direcionadas de formas mais aguçadas para a cultura digital. A relação da cultura digital com o tempo de ócio, por exemplo, pode ser interpretada a partir de dois caminhos. Se por um lado, curtos tempos de ócio entre um ou outro compromisso formal pode ser utilizado para o consumo cultural, principalmente no que diz respeito ao consumo de produção audiovisual, por outro é bastante difundido que o contexto digital fortaleceu o aspecto individual desta ação, facilitando com que as pessoas consumam filmes, séries, músicas e outras formas culturais e artísticas sem a troca social, presente quase que intrinsecamente em contextos anteriores.

O segundo conceito apresentado ganha ainda mais força quando somamos os elementos da cultura digital à discussão, uma vez que se conecta não somente às questões de temáticas e preferências, mas também aos dados de diversidade de atividades culturais utilizadas pelas diferentes classes sociais, apresentados anteriormente. O interesse em um filme ou série motivada por uma temática específica ou pela vinculação de um determinado artista à produção possui conexão direta com as informações que o indivíduo tem acesso ao longo de sua vida, influenciando diretamente no seu interesse. Assim como o interesse por outros tipos de consumo cultural como ir a uma peça de teatro, a um espetáculo de dança, a uma ópera ou show de orquestra, podem estar associados às oportunidades que o indivíduo teve durante sua trajetória e despertaram o desejo de conhecer outras interpretações destas manifestações artísticas. Não faz sentido cobrar interesse espontâneo de uma pessoa a uma

gama de manifestações artísticas se a ela não é dado nenhum tipo de acesso a essa manifestação.

O acesso aos bens culturais, quando se fala de cultura digital, está vinculado à qualidade desse consumo e se relaciona também às informações trazidas anteriormente neste texto. Fazendo coro à ideia de que acesso aos bens culturais não significa automática apropriação completa desses bens, pode-se dizer que em muitos casos o consumo de audiovisual exclusivamente através da banda larga móvel e do celular constrange as potencialidades e a devida apropriação de parte da população brasileira que só tem acesso à internet nessas condições. A questão técnica e estética relacionada ao som e imagem das produções audiovisuais são, em grande parte, centrais para a experiência que se pretende transmitir, sendo o mero acesso físico do cidadão aos aparelhos insuficiente para que ocorra a apropriação desses tipos de bens culturais.

Engana-se, entretanto, quem acredita que essa questão entre o acesso e apropriação é um debate novo. Ao menos há dez anos a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) já joga luz no tema e tem protagonizado debates internacionais sobre a necessidade de se repensar o que é visto como barreira ao acesso às tecnologias digitais. A nova barreira digital, de acordo com a OCDE, não se refere mais à questão física do acesso, ou seja, sobre possuir ou não os dispositivos e serviços digitais, mas sim sobre as habilidades necessárias e capacidades para usá-las de modo efetivo (OCDE, 2010 apud SUNKEL, 2015, p. 164). O desenvolvimento dessas habilidades está intimamente ligado aos capitais econômico, cultural e social que cada indivíduo possui e não tem fim no ambiente digital por si só. Romper essa segunda barreira ao acesso digital significa dotar os indivíduos de capacidades e habilidades que se relacionem à criatividade, fazendo com que o consumo de cultura digital possa sim ser um fim, mas também possa ser o meio para o consumo cultural em outras formas.

Nesse sentido, reforça-se a ideia de que a cultura no âmbito digital não é diretamente antagônica às formas que vieram antes dela, mas na realidade é uma grande propulsora e porta de entrada para que indivíduos que não tenham acesso a equipamentos culturais em suas localidades ou que foram historicamente excluídos desse acesso possam ter um primeiro contato com diversas manifestações artísticas e culturais (SUNKEL, 2015, p. 177). O consumo de produções audiovisuais no Brasil é um exemplo central nesta dinâmica, uma vez que a internet e serviços OTTs tornaram-se essenciais para este tipo de atividade mediante um contexto em que o número de salas de cinema no país está longe de ser o suficiente para a devida incorporação do público. Se em 2019 o cenário já era crítico com 3.507 salas em

funcionamento, com a pandemia a situação do parque exibidor brasileiro entra em profunda crise, com somente 1.860 salas de cinema em funcionamento em todo território nacional (ANCINE, 2022). A crise se torna ainda mais aguda ao entendermos que a concentração desses equipamentos está localizada nas grandes capitais e, sobretudo, na região Sudeste. Somente esta região concentra sozinha 54,5% das salas de cinema em funcionamento no país.

### 3.5 Conclusão

O ano de 2020, marcado sobretudo pela pandemia de COVID-19, possivelmente será referenciado como um marcador na evolução do consumo de vídeo digital e nos serviços de vídeo sob demanda. O aumento do consumo a partir dos diversos modelos e serviços em todo o mundo, tem o Brasil como um dos grandes mercados do setor. Apesar de se caracterizar como um setor altamente estratégico e potencial para o desenvolvimento da indústria audiovisual e contribuindo para o acesso a conteúdo audiovisual por milhões de pessoas, a maximização das potencialidades deste setor estão fortemente atreladas à superação de entraves ligados à fatores socioeconômicos e estruturais do país, como a oferta de boa conexão de internet e acesso a dispositivos que permitam, por exemplo, o consumo multiteelas.

Inegavelmente, essas tecnologias contribuíram para uma maior circulação de produtos audiovisuais e para um consumo facilitado por parte dos cidadãos quando comparado ao contexto anterior. Milhões de pessoas passaram a ter acesso a produções audiovisuais que antes não chegavam em determinados territórios, seja pela falta de cinema e aparelhos culturais que realizassem a exibição, seja por uma questão das escolhas do exibidor sobre que filmes seriam transmitidos aos públicos. Com o VOD, produções nichadas de gênero ou territórios puderam chegar com maior facilidade para mais pessoas, aumentando a diversidade de conteúdo ofertado quando comparado ao contexto anterior. Contudo, as potencialidades que se vislumbravam na relação entre diversidade e o âmbito digital ainda não foram vistas integralmente, restando um caminho a ser percorrido. Caminho este que é intimamente associado a entraves socioeconômicos do Brasil e questões estruturais de conectividade que o país ainda enfrenta.

Estando a internet no centro de todo esse debate sobre o *streaming* e o consumo de cultura digital, o acesso a ela torna-se direito fundamental. É um entendimento reforçado pelo Marco Civil da Internet, uma vez que “a internet e o acesso a ela, trazem a característica de alavancar a promoção e o progresso das capacidades humanas” como a informação, educação, cidadania e a cultura e, dessa forma, passível de ser exigida do Estado a garantia desse direito (GONÇALVES, 2019, p. 17). O cerne da discussão, entretanto, se localiza na qualidade da

conexão que é oferecida à população. Os entraves se encontram tanto em questão estrutural de quantidade e localização das antenas que emitem o sinal, quanto em relação às características socioeconômicas dos indivíduos que possuem acesso à internet. Falar de democratização do acesso à cultura através da internet só é possível a partir de políticas públicas direcionadas à melhoria da estrutura do setor de telecomunicação e à ampliação ao acesso pelos grupos mais vulneráveis da sociedade.

Através das pesquisas realizadas por empresas e consultorias privadas, assim como dados de instituições públicas é possível afirmar que o consumo de vídeo no ambiente digital é central para o consumo cultural no Brasil, seguindo uma tendência mundial. Contudo, o consumo cultural no ambiente digital não pode ser a única via de consumo cultural para um indivíduo, tampouco a comparação em relação a décadas atrás deve ser utilizada como argumento único de uma aparente melhora no acesso à cultura. O digital deve ser combinado com as formas anteriores de relação às manifestações artísticas, culturais e criativas para potencializar cada vez mais o acesso da população brasileira a esse direito básico, ancorado em Constituição e central para o desenvolvimento social e da dignidade humana.

### 3.6 REFERÊNCIAS

ADLER, Moshe. *Stardom and talent*. *The American economic review*, v. 75, n. 1, p. 208-212, 1985.

ANCINE. Serviços de Vídeo sob Demanda (VOD) disponíveis no Brasil. **Ancine**, 2018. Disponível em: <https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/3001.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2021.

\_\_\_\_\_. Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro 2020. **Ancine**, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/cinema/arquivos-pdf/anuario-2020.pdf> Acesso em: 22 maio 2022.

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. 1a ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BALADRON, Mariela; RIVERO, Ezequiel. *Video on demand services in Latin America: Trend and challenges towards access, concentration and regulation*. In: *Journal of Digital Media & Policy*, v. 10, n. 1, pp. 109-126, 2019.

BOURDIEU, Pierre et al. *A social critique of the judgement of taste*. **Traducido del francés por R. Nice**. Londres, Routledge, 1984.

CANEDO, D.; PAIVA NETO, C. (coord.). Impactos da COVID-19 na Economia Criativa - Relatório final. Salvador: Observatório da Economia Criativa: Santo Amaro: UFRB, 2020b.

Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (CETIC.BR). **Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros – TIC Domicílios 2019**. 2020. Disponível em: <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nos-domicilios-brasileiros-tic-domicilios-2019/>. Acesso em: 20 jan. 2021

\_\_\_\_\_. **Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros – TIC Domicílios 2020**. 2021. Disponível em: <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nos-domicilios-brasileiros-tic-domicilios-2020/>. Acesso em: 12 dez. 2021

CONVIVA, 2021. **Conviva's State of Streaming Q4, 2020**. Disponível em: [https://pages.conviva.com/rs/138-XJA-134/images/RPT\\_Conviva\\_SoS\\_Q4\\_2020.pdf](https://pages.conviva.com/rs/138-XJA-134/images/RPT_Conviva_SoS_Q4_2020.pdf). Acesso em: 19 mar. 2021.

ELBERSE, Anita. *Should you invest in the long tail?*. **Harvard business review**, v. 86, n. 7/8, p. 88, 2008.

\_\_\_\_\_. **Blockbusters: Hit-making, risk-taking, and the big business of entertainment**. Macmillan, 2013.

EVENS, Tom et al. *Attracting the un-served audience: the sustainability of long tail-based business models for cultural television content*. **New media & society**, v. 12, n. 6, p. 1005-1023, 2010.

FARIAS, Taís. Com mais assinantes, desafios de streamings é fidelização. **Meio e Mensagem**, 2020. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2020/05/11/com-mais-assinantes-streaming-s-tem-desafio-da-fidelizacao.html> Acesso em: 30 ago. de 2020.

G1. Globoplay + canais ao vivo: saiba como assinar o novo plano. **G1**, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/10/02/globoplay-canais-ao-vivo-saiba-como-assinar-o-novo-plano.ghtml> Acesso: 22 mar. 2021.

GONÇALVES, Narsizio Calicchio. O acesso à internet como direito fundamental. 2019. Disponível em: <http://rdu.unicesumar.edu.br/bitstream/123456789/5134/1/TRABALHO%20DE%20CONCLUS%c3%83O%20DE%20CURSO%20TCC.pdf> Acesso em: 05 ago. 2021.

GWI. **Global Trends in Entertainment for 2021**. 2021. Disponível em: <https://www.globalwebindex.com/reports/entertainment> Acesso em: 10 mar. 2021.

HINZ, Oliver; ECKERT, Jochen; SKIERA, Bernd. *Drivers of the long tail phenomenon: an empirical analysis*. **Journal of management information systems**, v. 27, n. 4, p. 43-70, 2011.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE). **Sistema de Informações e Indicadores Culturais: 2007-2018/IBGE**. Coordenação de População e Indicadores Sociais. Rio de Janeiro, 2019.

\_\_\_\_\_. **Sistema de Informações e Indicadores Culturais: 2009-2020/IBGE**. Coordenação de População e Indicadores Sociais. Rio de Janeiro, 2021.

KANTAR IBOPE MEDIA. *Inside Video: A (Re)descoberta*. 2020. Disponível em: [https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2021/03/Inside-Video\\_A-Redescoberta.pdf](https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2021/03/Inside-Video_A-Redescoberta.pdf) Acesso em: 10 mar. 2021.

KEATING, Gina. *Netflixed: The epic battle for America's eyeballs*. Penguin, 2012.

LANG, Brent. *Theater stocks plunge after Warner Bros. will release all 2021 films on HBO Max, cinema simultaneously*. *Variety*, 2020. Disponível em: <https://variety.com/2020/film/news/theater-stocks-warner-bros-hbo-max-matrix-4-dune-1234845702/> Acesso em: 15 dez. 2020.

NAPOLI, Philip M. *Re-evaluating the long tail: Implications for audiovisual diversity on the internet*. In: *Audiovisual Industries and Diversity*. Routledge, 2019. p. 85-99.

OECD (Organisation for Economic Cooperation and Development) (2010), *Are the New Millennium Learners Making Their Grade? Technology Use and Educational Performance in PISA*, Paris.

PAIVA, Fernando. Base de assinantes do Globoplay cresce 2,5 vezes em um ano. *Teletime*, 2020. Disponível em: <https://teletime.com.br/18/06/2020/base-de-assinantes-do-globoplay-cresce-25-vezes-em-um-ano/> Acesso em: 24 ago. de 2020.

PEIXOTO, Mariana. Brasil lidera o ranking mundial de lives no YouTube. *Correio Braziliense*, 2020. Disponível em: [https://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2020/06/06/interna\\_diversao\\_arte,861694/brasil-lidera-o-ranking-mundial-de-lives-no-youtube.shtml](https://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2020/06/06/interna_diversao_arte,861694/brasil-lidera-o-ranking-mundial-de-lives-no-youtube.shtml) Acesso em: 24 ago de 2020.

RANAIVOSON, Heritiana Renaud. O Impacto das Plataformas da Internet na Diversidade das Expressões Culturais: Para a Long Tail (Cauda Longa) e além!. In: **Diversidade de expressões culturais na era digital**. Teseo, 2016. p. 239-268.

ROSEN, Sherwin. *The economics of superstars*. *The American economic review*, v. 71, n. 5, p. 845-858, 1981.

SOBOTA, Guilherme. Consumo de podcasts na principal plataforma de áudio cresceu 200% em 2020. *Terra*. São Paulo. 01 dez. 2020. Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/musica/consumo-de-podcasts-na-principal-plataforma-de-audio-cresceu-200-em-2020,06bc934a2eb2ab4228d45e992ca766471jm4xmby.html> Acesso em 15 set. 2021.

STIRLING, Andy. *A general framework for analysing diversity in science, technology and society*. *Journal of the Royal Society Interface*, v. 4, n. 15, p. 707-719, 2007.

SUNKEL, Guillermo. *Young people's access to culture in the digital era in Latin America. Youth: realities and challenges for achieving development with equality*. Santiago: ECLAC, 2015. LC/G. 2647-P. p. 155-188, 2015.

TOLEDO, Mariana. Quanto custa assinar os dez principais serviços de streaming do Brasil. **Tela Viva**, 2022. Disponível em: <https://telaviva.com.br/20/05/2022/quanto-custa-assinar-os-dez-principais-servicos-de-streaming-do-brasil/> Acesso em: 20 mai. 2022.

URUPÁ, Marcos. Celular continua sendo meio mais usado para acessar a internet. **Teletime**, 2021. Disponível em: <https://teletime.com.br/14/04/2021/celular-continua-sendo-meio-mais-usado-para-acessar-a-internet/> Acesso em: 14 abr. 2021.

VAN DER WURFF, Richard; VAN CUILENBURG, Jan. *Impact of moderate and ruinous competition on diversity: The Dutch television market*. **The Journal of Media Economics**, v. 14, n. 4, p. 213-229, 2001.

WAKKA, Wagner. Netflix: Brasil é o terceiro maior mercado e segundo em número de assinantes. **Canaltech**, 2020. Disponível em: <https://canaltech.com.br/resultados-financeiros/netflix-brasil-e-3o-maior-mercado-e-2o-em-numero-de-assinantes-166515/> Acesso em 08 de ago. 2020.

## **4. OLHAR PARA O PASSADO PARA PENSAR O FUTURO: A CONSTRUÇÃO DE UMA REGULAMENTAÇÃO PARA O VÍDEO SOB DEMANDA**

### **RESUMO**

A regulamentação para o vídeo sob demanda é um dos temas mais centrais da agenda do setor audiovisual, responsável por grande parte das articulações e das movimentações políticas dos agentes envolvidos. No Brasil, desde 2015 o tema está em pauta, com algumas propostas tramitando no Congresso Nacional, ainda que num ritmo moroso que não levou à aprovação de uma regulamentação. Este texto possui o objetivo de direcionar a atenção para a iniciativa europeia de regulamentação para o vídeo sob demanda e para os normativos específicos do audiovisual brasileiro, elencando pontos importantes que devem ser mantidos ou revisados na construção de uma nova regulamentação eficiente.

**Palavras-chave:** regulamentação, vídeo sob demanda, política audiovisual.

### **ABSTRACT**

The regulation of video on demand is one of the most central issues on the agenda of the audiovisual sector, responsible for much of the articulations and political movements of the agents involved. In Brazil, since 2015 the issue has been on the agenda, with some proposals being processed in the National Congress, although at a slow pace that did not lead to the approval of a regulation. This text aims to direct attention to the European initiative for the regulation of video on demand and to the specific norms of the Brazilian audiovisual, listing important points that should be maintained or revised in the construction of a new efficient regulation.

**Keywords:** regulation, video on demand, audiovisual policy.

### **4.1 Introdução**

Já faz um tempo que o audiovisual brasileiro é um dos principais temas dentro do escopo das políticas culturais, não só pela importância enquanto expressão artística, mas também pela capacidade de movimentação de recursos financeiros, de organização laboral e

de inovação artística e tecnológica. Para além da faceta da arte, o audiovisual no Brasil foi responsável pelo impulsionamento de discussões importantes para o setor cultural que posteriormente resultaram em normativas centrais para o fomento, não só dessa arte, mas das expressões artísticas como um todo. Desde meados do século XX, diversas iniciativas no escopo das políticas culturais fizeram com que o audiovisual fosse olhado com especial atenção, sendo objeto de grandes conquistas do setor.

Falar em políticas para audiovisual brasileiro como um setor cultural, responsável pela formulação de leis, políticas de fomentos e toda uma discussão sobre produção nacional durante o século XX, é quase como falar em políticas cinematográficas, na medida em que a maioria dos debates e esforços estavam voltados para as questões relacionadas a essa janela de exibição. Com o olhar atual, sabe-se que esta é uma correlação que não dá conta de muitos elementos essenciais no que, hoje, entendemos enquanto audiovisual brasileiro, sobretudo pelo papel de destaque da televisão. Assim, os marcos nas políticas audiovisuais brasileiras durante o século XX quase sempre se concentravam na resolução de problemas referentes ao cinema, resultado de articulação da área cinematográfica para uma maior presença do estado, enquanto representantes da televisão faziam pressão para a outra direção, pela não intervenção estatal.

A montanha russa e a instabilidade institucional enfrentada pela cinematografia brasileira no século passado, que teve o seu momento nevrálgico durante o governo de Collor de Mello, foi a responsável pela articulação nacional do setor cultural para a retomada da produção cinematográfica brasileira, reverberando também em outros setores artísticos. Leis como a Lei Sarney de 1986, a Lei Rouanet de 1991 e a Lei do Audiovisual de 1993, tinham o cinema como um dos fatores centrais em sua elaboração e como força articuladora para que fossem aprovadas. A classe de profissionais ligados à indústria cinematográfica tem um poder de organização antigo e que é essencial para esses importantes marcos para a estrutura normativa das políticas culturais, característica presente até nas articulações mais recentes como da Lei Aldir Blanc e da Lei Paulo Gustavo.

Por outro lado, os poderes em disputa nos quais a indústria cinematográfica está envolta faz com que este sempre seja um campo de batalha de confrontos acirrados, com a presença de atores externos à estrutura da sociedade brasileira, como as grandes corporações ligadas ao capital internacional. É neste cenário que as políticas cinematográficas dos anos 1990 e início dos anos 2000 são construídas, colocando esses confrontos em pauta e se estruturando para um re-desenvolvimento do cinema brasileiro que ficou popularmente conhecido como a retomada do cinema brasileiro. Pautas sobre o fomento da indústria

cinematográfica, a necessidade de estímulo à produção e o incentivo ao consumo de conteúdo nacional não só estavam no cerne da Lei do Audiovisual, da Medida Provisória 2.228/2001 e da Lei do Serviço de Acesso Condicionado, como também foram importantes para expandir os limites para além do cinema e trazer para o debate e escopo das leis, os canais de televisão, essenciais para todos esses pilares constituintes destes marcos normativos.

A importância da televisão para esses marcos não está relacionada somente no que diz respeito às questões relacionadas à produção de obras nacionais e ao consumo desses conteúdos, mas, de forma destacada, tem importância quando deslocamos o olhar para as obrigações trazidas por essas normativas. Isso porque, ao abordarem obrigações não necessariamente financeiras, mas também de outras categorias, foi necessário também a definição acerca de atores e formas de prestação de serviços presentes no contexto do audiovisual nacional. Ainda que a principal motivação para o esforço de definir tais conceitos esteja relacionada aos deveres e direitos daqueles que seriam diretamente impactados pelo texto normativo em questão, essa iniciativa possui uma importância singular no sentido em que olhou mais adiante, identificando atores e serviços relacionados àqueles que estavam diretamente relacionados ao escopo da lei. Nesse sentido, a Lei do SeAC de 2011 pode ser destacada por caracterizar produtores, distribuidores, empresas de telecomunicações, canais abertos, canais de televisão à cabo, canais estrangeiros e nacionais, dentre alguns outros, destacando uma pluralidade de agentes importantes para a cadeia do audiovisual que antes não eram diretamente agregados às políticas audiovisuais.

Pode-se dizer que, a partir deste momento, passa a ser vigente no país uma lei mais ampla para o audiovisual, demonstrando esforços para além do cinema e para além de dinâmicas exclusivamente financeiras. Sendo um marco regulatório convergente para o audiovisual de modo amplo e abrindo oportunidades para outros segmentos da cadeia do audiovisual (GOMES, 2015, p. 144) a Lei 12.485/2011 avançava em ir além do estímulo à produção, voltando esforços também para a construção de um mercado consumidor de conteúdo nacional independente, em horários com apelo comercial. É com a Lei do SeAC e a instituição da cota de telas para os canais de TV à cabo que pela primeira vez um mecanismo como a cota de telas foi aplicado para além das salas de cinema (SOUSA, 2018, p. 175).

Essa expansão do escopo de atuação das leis do audiovisual visto nos exemplos citados está intimamente ligada à evolução tecnológica da comunicação nos mais diversos segmentos da área. O aprimoramento das ferramentas, tecnologias e modelos de negócios no setor da comunicação e do audiovisual sempre exigiu revisões do arcabouço político e normativo voltado ao setor, seja para a inclusão de novos produtos e serviços no escopo das

políticas já em vigor, seja para a construção de novas que abarque essas novidades. Na ocasião da Lei do SeAC esse ponto foi central, uma vez que a definição sobre as atribuições direcionadas para a televisão aberta e fechada foi uma das principais pautas a serem resolvidas pelo texto da lei (SOUSA, 2018, p. 181). A convergência tecnológica dos meios de comunicação já se mostrava como um elemento impossível de não ser tratado na agenda do setor. Nos debates sobre modelos de negócios, novas formas de produção e distribuição e sobre o escopo normativo do audiovisual brasileiro, a convergência digital se tornou pauta inexorável para se pensar os próximos passos do setor nacional.

Nesse sentido, para alcançar o objetivo de construir um marco regulatório mais refinado para o audiovisual, o texto tinha que, sem dúvida alguma, lidar com a questão da convergência tecnológica que, naquele contexto, tinha na dinâmica entre televisão aberta e fechada o seu principal campo de embate. Como Sousa (2018, p. 181) indica,

Tanto uma quanto outra [teles e TV] estavam aptas a transmitir uma partida de tênis, um jogo de futebol, uma série dramática. Com um detalhe nada desimportante: à medida que as pessoas usam o celular para ver uma partida de tênis, cai a audiência da TV. Tal possibilidade se tornava especialmente assustadora para as emissoras porque enquanto a receita das teles vem da cobrança de assinaturas ou de serviços de telefonia, a das tevês vem da venda de espaço publicitário. Em outras palavras: as teles dependiam do uso e as televisões, da audiência.

Pode-se dizer que o novo cenário que se desenhava gerava certa ansiedade e expectativa nos atores envolvidos, uma vez que possibilitaria a atuação de empresas estrangeiras de telecomunicações em uma fatia que até então tinha sido explorada somente pela televisão aberta - a produção de conteúdo nacional. Grande parte das negociações ficou focalizada nessa questão, onde, de modo geral, de um lado a TV aberta pretendia assegurar o monopólio na produção de conteúdo, enquanto, por outro, a TV fechada sinalizava a necessidade de acesso a conteúdo para ser oferecido aos clientes.

Os resultados provenientes dessas negociações possuem pontos significativos para a política audiovisual do país, em que podemos citar a estruturação da política de cota de telas de produções nacionais em horário nobre; a contribuição das teles através da Condecine Teles, responsável por uma robustez financeira ao Fundo Setorial do Audiovisual; e a obstrução na verticalização das empresas da área que ficou marcada, dentre outros pontos, no impedimento das teles de produzirem conteúdo (BRASIL, 2011).

A alta definição sobre os entendimentos acerca dos atores e serviços do setor, assim como a delimitação de seus papéis, em certo sentido é um ponto bastante positivo, como já foi mostrado aqui, mas que, com o passar dos anos, acabou gerando alguns imbrólios e novos

debates que se mantêm até os dias atuais. Se a convergência digital foi um elemento central para a construção da Lei 12.485/2011, principalmente no que diz respeito ao paradoxo entre televisão aberta e fechada, ela continua sendo fator central para os debates do audiovisual, agora sob outra perspectiva, que podemos chamar de intensificação da convergência digital, uma vez que não se trata de um elemento exatamente novo quando comparado com o contexto do início da década de 2010, mas sim do aprofundamento e novas formas de uso da internet na dinâmica do audiovisual.

A evolução da conectividade nos últimos 10 anos, tanto em relação à velocidade de compartilhamento de dados, quanto em relação ao aumento de pessoas com acesso a estas tecnologias é um fator de revolução para o consumo cultural no mundo. Isso porque, não seria exagero dizer que o principal resultado dessa evolução seria o estabelecimento do *streaming* como tecnologia de compartilhamento de dados. A capacidade de computadores e aparelhos portáteis carregarem tranquilamente conteúdos multimídias através do *streaming*, utilizando tanto rede fixa, quanto dados móveis, gerou novos serviços que já estão consolidados no cotidiano da sociedade. Sobretudo, o estabelecimento do *streaming* gerou um novo paradoxo para o setor audiovisual, forçando-o a rever muitas das dinâmicas em voga.

O sucesso da Netflix - primeiramente na etapa da exibição e distribuição audiovisual - enquanto novo modelo de negócio, projetou novas perspectivas para o audiovisual no cenário digital, rapidamente estabelecendo também novas maneiras de consumo dos conteúdos produzidos. Um aparente aumento da diversidade do que estava sendo ofertado e um deslocamento do protagonismo da ação para o consumidor, transformando-o em agente ativo de seu próprio consumo, logo foram destacados como positivas mudanças deste novo cenário que se desenhava.

A diminuição do valor para a distribuição e exibição dos conteúdos que compunham os catálogos destes serviços (quando comparados com os serviços anteriores) permitiram o acesso de uma parte da população às produções que geralmente não chegavam até determinadas camadas e locais. Neste contexto, também surgiram novos termos, como a “maratona” (*binge watching*, em inglês) de séries, possibilitando ao consumidor a personalização de seu consumo. Não demorou muito para a Netflix tornar-se uma gigante global do setor, novos serviços surgirem como reverberação de seu sucesso e o modelo de negócio se expandir, gerando uma realidade de empresas completamente verticalizadas, atuando em toda a cadeia do audiovisual. Ao passo que os serviços de vídeo sob demanda (VOD, na sigla em inglês) se expandiram, se popularizaram e se tornaram atores de

relevância, começaram a surgir prognósticos sobre o futuro da televisão, em que alguns possuem uma visão mais cética, enquanto outros fazem uma análise bastante pessimista.

No Brasil, esse pessimismo se direcionava ainda mais fortemente para o segmento da TV à cabo, uma vez que o cenário que se apresenta entre TV à cabo e serviços de VOD é simples: de um lado, temos um serviço basicamente vinculado à televisão (enquanto janela de exibição), com um alto preço e com obrigações financeiras e não-financeiras bem delimitadas. De outro, temos um novo serviço se apresentando como multiplataformas, digital, apresentando preços menores e com poucas obrigações a serem cumpridas diretamente para o setor audiovisual. Contudo, não demorou para que a pauta sobre a regulamentação do vídeo sob demanda se tornasse um dos principais assuntos na agenda do setor audiovisual.

O papel das empresas de TV a cabo como atores centrais para puxar o debate sobre a regulamentação para estes novos serviços, apesar de importante para fazer coro à necessidade de normativas para o vídeo sob demanda, tem como fato motivador a insatisfação por - o que muitos agentes da área argumentam - uma obrigação excessiva. Nesse caso, a pressão por um marco regulatório para o VOD está muito mais relacionada a uma equalização das obrigações, estabelecendo uma condição de regulamentação para todo mundo, ou abrandamento das obrigações já vigentes, como defende o CEO da Claro Brasil

[...] Enquanto não se muda a lei, e eu acho que tem que ser mudada, todos têm que se enquadrar. A lei é protecionista, é anticoncorrencial, faz uma reserva de mercado (para os grupos nacionais). É uma lei esdrúxula que veio para acomodar algumas situações. Passou, todo mundo viu o que deu certo e o que deu errado. Gerou distorção e é hora de resolver. (POSSEBON, 2018)

Entendendo que este é um debate iniciado no Brasil em um contexto em que as empresas de VOD já tinham se consolidado como importantes atores para o setor, pode-se compreender que sob certa perspectiva também trata-se de uma pressão feita buscando o possível efeito indireto de abrandar as obrigações das quais a TV a cabo estava submetida desde a implementação da Lei do SeAC.

Estando nessa dicotomia com as teles ou não, é fato que a regulamentação para o VOD passou a ser pauta relevante para a agenda audiovisual nacional, tendo alguns países saído na frente na elaboração de normativas nacionais, como os exemplos de Bélgica, França e Portugal, enquanto no contexto regional a União Europeia instituiu algumas regras para os países membros do bloco, a partir de um diálogo com legislações anteriores do setor. A crescente importância das empresas atuantes nesse novo segmento para a dinâmica econômica e o consumo audiovisual acendeu o alerta para a necessidade de regras que abarcassem também o VOD, principalmente pelas brechas presentes nos textos normativos anteriores que

em muitos casos delimitavam exatamente para qual tipo de serviço, modelo de negócio ou tecnologia aquela regra se aplicaria.

É uma característica presente também no caso brasileiro, que desde 2015 quando as discussões sobre uma possível regulamentação para os serviços *Over the Top* (OTT) surgiram, encontraram nesta delimitação muito precisa um primeiro entrave para fazer com que as normativas já vigentes pudessem se aplicar aos novos serviços em questão. Como relatado anteriormente, é uma discussão que está intimamente relacionada à Lei do SeAC, ainda que não se limite somente a este espectro do debate.

Desde 2015 também pode-se dizer que o contexto político no Brasil se caracteriza por um cenário altamente instável, com sucessivos ataques à democracia e aos direitos sociais, estando a Cultura no centro deste embate de forças. O golpe contra a ex-presidenta Dilma Rousseff que marca este cenário de instabilidades, direcionou ao setor cultural um movimento de ataques e tentativas de descredibilização do setor, seus agentes e seus mecanismos de fomento, aliados a uma supervalorização de uma política neoliberal, inclusive para as artes e cultura. A reverberação deste contexto foi fortemente sentida no debate sobre a regulamentação para o VOD, sobretudo através de uma morosidade na tramitação de projetos de leis nas comissões e plenárias do Congresso Nacional. Essa morosidade está relacionada a aspectos mais gerais do embate político presente no país desde que o debate sobre a regulamentação passou a ser mais aquecido, ao passo que a discussão tinha novos elementos somados à pauta. A relação com a Lei do SeAC se mantinha, agora junta com questões relativas à atuação dos algoritmos como ferramenta de recomendações, a garantia sobre a propriedade intelectual das obras, a distribuição regional dos investimentos no audiovisual feitos pelas empresas de VOD, a diversidade cultural e identitária, entre outras pautas consideradas relevantes pelo setor.

Um processo de regulamentação de novos serviços ou tecnologias, quando construído logo quando o novo paradigma ou contexto é percebido, tende a evitar alguns possíveis entraves comuns ao processo quando este é desenvolvido com os novos atores já consolidados na dinâmica do setor. Essa mitigação ocorre já que o estabelecimento de normativas para este novos atores deixa os deveres e direitos explícitos, com menor reverberação proveniente da influência política e econômica. O caso brasileiro é um exemplo de processos mais complexos por envolverem atores já maduros, estabelecendo níveis de negociações mais detalhados. Os últimos anos do debate sobre a regulamentação para os serviços de vídeo sob demanda ilustra bem essa complexidade e detalhamento, resultado dessa maturação da discussão. Para além dos novos elementos que foram somados à discussão, no momento já é possível ter a

percepção sobre pontos pacificados, sendo um deles, a necessidade de um marco regulatório que abarque esses novos serviços. O jogo que se apresenta no momento se refere aos termos que construirão este texto regulatório e não se deve ou não existir uma regulamentação.

Além desta introdução e de uma conclusão, este artigo procura fazer um breve paralelo com a regulamentação instituída pela União Europeia e apresentar pontos presentes em legislações anteriores como a Lei do Audiovisual, a Medida Provisória 2228-1/2001 e a Lei do Serviço de Acesso Condicionado, que devem ser olhados com atenção ao se pensar uma regulamentação para o VOD, buscando, também, indicar alguns caminhos que o texto deveria seguir a fim de ser um instrumento de desenvolvimento e fomento do audiovisual, de forma ampla em todas as suas etapas da cadeia produtiva.

#### **4.2 Experiências Além-Mar**

Existe um certo consenso no setor cultural brasileiro, sobretudo no audiovisual, de que já está em tempo da discussão sobre a regulamentação nacional para os serviços de vídeo sob demanda gerar um resultado palpável. De 2015 para cá houve uma maturação da discussão, argumentos relevantes foram colocados na mesa, diversos atores envolvidos com a questão expuseram seus lados para que chegássemos num nível maduro sobre os caminhos que uma regulamentação eficaz deveria seguir. E todo esse debate foi construído a partir do olhar para outros países que saíram na frente na iniciativa de construir essa ferramenta regulatória.

As iniciativas europeias para a regulamentação dos serviços de VOD são um grande ponto de referência para o debate brasileiro, não somente por já estarem em vigor e, portanto, servindo como exemplo de decisões que devem ou não ser seguidas. A consolidação da União Europeia (UE) como bloco regional faz com que políticas de comunicação e cultura sejam debatidas também sob um olhar da regionalização, gerando mecanismos legais de desenvolvimento conjunto dos países membros que sirvam como orientadores para iniciativas nacionais. Observar e entender o movimento de construção da regulamentação para os serviços de vídeo sob demanda na Europa, nesse sentido, pede um olhar para esses dois escopos, o regional e o nacional.

Regionalmente, alguns órgãos ligados à UE possuem papel fundamental para o estabelecimento de políticas e ações audiovisuais para o bloco, em que citamos com especial destaque a Comissão Europeia e o Observatório do Audiovisual Europeu. Essa centralidade se dá, sobretudo, pela legitimidade na articulação das políticas e pelo eficaz levantamento de informações que servem de subsídio para a formulação das iniciativas no campo regulatório e o respectivo monitoramento e avaliação das ações e políticas. A importância dada a esses

órgãos é resultado de uma visão política do bloco que coloca o audiovisual como elemento importante para se pensar as dinâmicas do continente, em diálogo com outros setores e com os estados nacionais. Trata-se de uma orientação que está imbuída da identificação dos países membros com valores e elementos compartilhados no continente, além dos benefícios econômicos relacionados à cooperação regional.

Na esfera regional, pode-se dizer que o documento central para entender a regulação na Europa é a Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual (AVMSD<sup>12</sup>, na sigla em inglês), que tem o objetivo de

criar e assegurar o correto funcionamento de um mercado único da União Europeia (UE) dos serviços de comunicação social audiovisual, bem como contribuir para a promoção da diversidade cultural e assegurar um adequado nível de proteção dos consumidores e das crianças. [...] A Diretiva da UE relativa aos Serviços de Comunicação Social e Audiovisual regula a coordenação ao nível da UE das legislações nacionais relativas a todos os serviços de comunicação social audiovisual, tanto de radiodifusão televisiva tradicional como de serviços de comunicação social audiovisual a pedido. (UNIÃO EUROPEIA, 2019)

A versão original da AVMSD data de 2010, tendo a última alteração sido feita em 2018, versão que está vigente nos dias atuais<sup>13</sup>. Ainda que a versão original do documento seja recente, sua formulação está fortemente atrelada ao histórico de legislações do setor construídas anteriormente, como as Diretivas da Comunidade Econômica Europeia (CEE) de 1989 e 2007<sup>14</sup>, documentos reguladores das dinâmicas da radiodifusão televisiva. Essa retomada é importante porque já no texto do final da década de 1980 constam considerações importantes sobre o estabelecimento de normas comuns para o fortalecimento e promoção dos mercados da radiodifusão na Europa (PARLAMENTO EUROPEU; CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA, 1989), ideais que se manteriam nas normativas seguintes. Os serviços de vídeo sob demanda foram citados pela primeira vez na versão da Diretiva de 2007 que traz em seu texto uma visão mais refinada sobre o audiovisual enquanto setor e sua importância transdimensional, resultado do próprio avanço das discussões sobre o tema.

Os serviços de comunicação social audiovisual são, simultaneamente, serviços culturais e serviços econômicos. A importância crescente de que se reveste para as sociedades, a democracia - garantindo designadamente a liberdade de informação, a diversidade de opiniões e o pluralismo dos meios de comunicação social -, a educação e a cultura justifica a aplicação de regras específicas a esses serviços. (PARLAMENTO EUROPEU; CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA, 2007)

<sup>12</sup> Audiovisual Media Service Directive. No texto usaremos a abreviação em inglês por ser a forma mais comum de fazer referência ao documento.

<sup>13</sup> A versão vigente da AVMSD é de 2018, mas os países membros tiveram até 2020 para adequarem suas legislações nacionais às orientações presentes no documento.

<sup>14</sup> Os dois documentos se referem a mesma Diretiva, sendo a versão de 2007 a última atualização da versão original publicada em 1989.

Contudo, é somente na versão vigente da AVMSD que os serviços de VOD foram de fato incluídos enquanto objetos regulatórios, estabelecendo obrigações mais específicas para estes serviços e orientações para a adequação das legislações nacionais dos países membros da UE. O primeiro ponto de justificativa para a atualização da AVMSD em 2018 se refere à evolução tecnológica e a crescente importância da convergência digital para o consumo audiovisual, entendendo que este fenômeno trouxe consigo a necessidade de abarcar estes novos serviços, ao passo que reconhece a continuidade da importância da televisão enquanto janela de exibição (PARLAMENTO EUROPEU; CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA, 2018).

A versão de 2018 da AVMSD, além de reafirmar pontos importantes da versão de 2010 durante as considerações do documento, também traz importantes modificações sobre as novas dinâmicas sociais e econômicas que se relacionam com o audiovisual. Alguns temas costumeiramente presentes continuam a aparecer, como regras para publicidade, mecanismos de inibição de oferta de conteúdos ofensivos ou inadequados para crianças, combate à disseminação de conteúdos discriminatórios, garantia à liberdade de expressão e combate ao terrorismo (PARLAMENTO EUROPEU; CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA, 2018). São assuntos já presentes em marcos normativos anteriores do audiovisual europeu, mas em alguns casos sob uma nova perspectiva nesta versão. O estabelecimento não só dos serviços de vídeo sob demanda, mas também das redes sociais para o consumo de conteúdo audiovisual, sobretudo pela parcela jovem da população, traz consigo algumas especificidades que pedem um olhar atento.

O digital como característica inerente aos serviços de VOD e às redes sociais pode gerar certas confusões sobre o aspecto regulatório e o que se aplicaria para um e não para outro. Um elemento que é compartilhado por estes dois objetos, por exemplo, é o algoritmo enquanto mecanismo de recomendação de conteúdo, que deve ser olhado com cautela por estar intimamente ligado aos temas expostos acima. Uma vez que a regulação para o vídeo sob demanda está, de maneira geral, intimamente relacionada à regulação de plataformas digitais é, portanto, necessário que ambos os debates estejam calibrados. O próprio texto da AVMSD traz essa pauta, definindo os limites de aplicação da norma nos casos das redes sociais “Embora o objetivo da Diretiva 2010/13/UE não seja regular os serviços de redes sociais enquanto tal, esses serviços deverão ser abrangidos se o fornecimento de programas e vídeos constituir uma de suas funcionalidades essenciais” (PARLAMENTO EUROPEU; CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA, 2018, p. 2).

Para além dos pontos já destacados, a nova versão da AVMSD é significativa por ir a fundo no debate sobre a regulação dos serviços de vídeo sob demanda a partir da perspectiva regional, lidando com mecanismos já conhecidos deste debate como cotas de tela e obrigações financeiras. O ponto de inovação no texto regulatório, nesse sentido, vem através das novas dinâmicas impostas por estes novos serviços.

Como citado anteriormente, os algoritmos são elementos centrais para entender o funcionamento dos serviços de VOD, e no debate da regulação eles carregam uma outra perspectiva para além da já apresentada neste trabalho. Algoritmos estão diretamente relacionados ao debate sobre o consumo cultural e a diversidade do que é ofertada aos cidadãos que consomem conteúdo audiovisual, uma vez que são utilizados para refinar os mecanismos de recomendação aos usuários, personalizando cada vez mais as experiências. No tema em questão, a importância dessa ferramenta se relaciona à cota de conteúdos, instrumento comum nas políticas de regulamentação audiovisual, mas que agora precisa ser analisado sobre o importante aspecto da proeminência. É uma questão presente no texto de 2018 da AVMSD que explicita que os fornecedores de conteúdo audiovisual devem promover os conteúdos europeus em seus catálogos através de uma cota mínima, dando suficiente proeminência e identificando essas obras através de sua identidade nacional e regional, ficando assim registradas nos metadados (PARLAMENTO EUROPEU; CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA, 2018). Trata-se de uma identificação importante para incluir na arquitetura dos algoritmos as informações sobre a origem de produção dos conteúdos audiovisuais, transformando as ferramentas de recomendação em instrumentos para a promoção de obras do continente e a pluralidade no que é consumido.

Os algoritmos e a proeminência fazem parte de algumas das transformações dos últimos anos no campo do audiovisual que reverberam na construção de um marco regulatório, assim como a relação entre os serviços de VOD e os produtores de conteúdos audiovisuais. Nos últimos anos houve também a mudança dos modelos de negócios das empresas que atuam neste segmento, expandindo a atuação para além de uma janela de exibição de conteúdos licenciados e atuando fortemente no âmbito da produção. Essa mudança trouxe consigo uma nova perspectiva de relacionamento com os profissionais da área, responsáveis pela produção de conteúdos originais, colocando na equação o fator sobre a prestação de serviços e direitos autorais.

Os chamados conteúdos originais desses serviços de VOD passaram a ter importância central para a dinâmica, atuando principalmente na questão da fidelização do cliente, em que mais do que ter um amplo catálogo, tornou-se importante ter um catálogo exclusivo, com

títulos encontrados somente em uma plataforma. A oferta desses conteúdos exclusivos seguem estratégias distintas a depender da empresa, ainda que possam ser entendidas sob dois grandes parâmetros: por um lado, existem aquelas que apostam na quantidade de conteúdo exclusivo, buscando alcançar um público cada vez maior e plural através de um catálogo robusto. De outra forma, existem aquelas que apostam na qualificação das obras ofertadas, com um catálogo menor, focado na curadoria.

Essa dinâmica de produção de conteúdos exclusivos nos serviços de vídeo sob demanda em alguns casos é desenvolvido através de projetos próprios das empresas, gestados internamente pela equipe de profissionais, mas não representa um fórmula única. O que entende-se enquanto conteúdo exclusivo, por exemplo, em muitos casos, é resultado da obtenção dos direitos autorais e de exploração da obra realizado por produtoras e profissionais externos à estrutura do serviço de VOD. Neste segundo caminho, trata-se de uma relação observada em outros países para além do Brasil, em que os realizadores contratualmente passam a ser prestadores de serviços, cedendo totalmente os direitos autorais e de exploração sobre a própria obra que criaram. A importância dessa questão para a regulamentação do segmento se apresenta como uma forma de estabelecer parâmetros importantes para essa dinâmica contratual entre empresas e prestadores de serviços. A questão mais complexa que se apresenta não é exatamente sobre o montante presente nas negociações, mas sim, relacionado aos limites de uma cessão completa da propriedade intelectual regulada exclusivamente pela lógica comercial.

Os pontos presentes em uma regulamentação para o vídeo sob demanda possuem diversas características e estão direcionados para múltiplas questões importantes para o ecossistema audiovisual. Como apresentado até aqui, a experiência europeia tenta lidar com todas essas minúcias, estabelecendo os caminhos para que os países adaptem suas legislações para parâmetros coerentes a todo o continente. Essa coerência tem especial atenção quando as obrigações financeiras são incluídas na equação, um dos pontos chaves para o sucesso de um texto normativo enquanto instrumento de desenvolvimento do setor audiovisual.

Especificamente acerca das obrigações financeiras para o VOD em território europeu, a versão de 2018 da AVMSD se apresenta não só como um texto voltado para a normativa regional, mas principalmente como norteador para a construção e adaptação de normativas nacionais, principalmente ao que se refere às permissões ou impedimentos de determinadas formas de implementação dessas obrigações. Por se tratar de um texto elaborado num órgão regional, movido entre outros pontos, pela livre circulação e troca de bens entre os países membros, percebe-se um olhar atento para essa questão, destacando o limite da atuação legal

de cada normativa nacional. Nesse sentido, o documento abre a prerrogativa para que um Estado Membro da UE imponha obrigações financeiras não só para empresas que estejam sediadas dentro de seu território, mas também nos casos de empresas que estejam sediadas em outro país, mas direcione o seu trabalho ao público de seu território (PARLAMENTO EUROPEU; CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA 2018). As obrigações nesses casos que são baseadas no direcionamento do serviço a um público alvo, de acordo com a AVMSD, devem ser parametrizadas de acordo com as receitas provenientes daquele recorte do público alvo, além de serem proporcionais e não discriminatórias (BLÁZQUEZ et al, 2022, p.14).

Ou seja, na dinâmica europeia, a lógica do regional entra em jogo, além da lógica nacional para estabelecer imposições financeiras não só pela presença jurídica da empresa no território nacional, mas também sobre o consumo de conteúdo audiovisual nos países do bloco. Apesar da prerrogativa para a imposição de obrigações financeiras nesses dois âmbitos, a normativa europeia destaca a importância da aplicação destes mecanismos sem o comprometimento do desenvolvimento do mercado e da inovação, assegurando a constante entrada de novos operadores no mercado europeu (PARLAMENTO EUROPEU; CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA, 2018). É uma lógica de se pensar as obrigações financeiras já previstas na versão anterior da AVMSD e das normativas voltadas ao *broadcasting*, em que a razão geradora da obrigação é a necessidade de fazer os serviços investirem parte dos ganhos comerciais de volta no ecossistema audiovisual no qual estão inseridos (BLÁZQUEZ et al, 2022).

Esse investimento em produções europeias pode ser feito de duas maneiras: por investimento direto em conteúdo, na produção ou no licenciamento de obras; ou através de contribuição para um fundo nacional de desenvolvimento do audiovisual. E trata-se de um tipo de investimento que pode ser direcionado para empresas localizadas dentro do território nacional, assim como para aquelas que somente miram os produtos para a população do país em questão, como apresentado anteriormente. A aplicação não discriminatória e proporcional surge no sentido de garantir uma segurança para as empresas, deliberando que a imposição de uma obrigação financeira deve levar em conta outras já impostas ao serviço audiovisual em questão.

Apesar da AVMSD ser um documento aplicável aos países membros da UE, são as instâncias nacionais que ficam responsáveis pelas formas e determinações das obrigações financeiras direcionadas ao VOD. Nos 15 países em que a Diretiva é aplicável, existe uma variação das taxas impostas, tanto para investimentos diretos, como para os indiretos, assim como a base de cálculo para essas taxas pode variar também (BLAZQUEZ et al, 2022). De

modo geral, a base de cálculo leva em consideração a receita gerada no território e o *turnover* dos serviços, estando as taxas aplicáveis, nestes casos, variáveis de acordo com as medidas definidas. Dois destaques na aplicação dos investimentos diretos, por exemplo, são os casos da França e da Itália que possuem as maiores porcentagens para obrigações de investimentos diretos. Enquanto na maioria dos países as taxas nessa modalidade de obrigação financeira ficam abaixo dos 10%, na Itália ela se encontra em 17% e na França, existe uma variação de acordo com o tipo do VOD: para o SVOD a taxa varia entre 20-25%<sup>15</sup> e para os outros tipos (AVOD e TVOD) ela fica em 15% (BLAZQUEZ et al, 2022, p. 36).

Ainda sobre as obrigações financeiras, a AVMSD resguarda das obrigações financeiras os serviços de vídeo sob demanda com uma baixa audiência ou baixo *turnover*, entendendo que seria injustificável ou impraticável para serviços pequenos e muito nichados estarem sujeitos às mesmas regras direcionadas às grandes empresas. Entende-se que este é um dos pontos que corrobora a visão regulatória de estimular a entrada de novos negócios e inovações no setor, contexto amplamente percebido nos últimos anos com a consolidação do VOD enquanto modelo de negócio (AVMSD, 2018, Artigo 13 (6)).

As obrigações financeiras como um dos pilares do texto regulatório na Europa, para além do estímulo à face econômica do audiovisual, no limite, age como forma de promoção da diversidade cultural no continente, estimulando promoção e distribuição de conteúdos audiovisuais europeus (BLAZQUEZ et al, 2022, p.14). Para Garcia Leiva e Albornoz (2021) trata-se de uma forma de obrigação mais interessante que as cotas - tradicionalmente utilizadas como ferramenta para lidar com a questão da diversidade -, uma vez que inserem os serviços de VOD na estrutura do ecossistema audiovisual através do financiamento, possibilitando se beneficiarem dos resultados.

Olhar para o caso da AVMSD na Europa como iniciativa voltada para o vídeo sob demanda, traz à tona para o debate a percepção de que um texto regulatório pode (e deve) atingir várias frentes que se relacionam com o setor audiovisual. Com destaque para o caráter regional, resultado de uma construção política de anos que fortaleceu a União Europeia enquanto mecanismo de integração, a AVMSD vislumbra a possibilidade de diretrizes amplas que sejam coerentes com a realidade específica de cada estado membro, sendo um instrumento de desenvolvimento conjunto da região. Também de maneira destacada, a AVMSD realça a importância das experiências anteriores de regulamentação para o audiovisual a fim de pensar o que seria aplicado para o caso do VOD. A dinâmica de revisões

---

<sup>15</sup> A taxa fica em 25% se os serviços oferecerem ao menos um longa-metragem por ano em um período inferior a 12 meses da data de lançamento nos cinemas da França e 20% nos outros casos.

da regulamentação possibilita uma maior margem de manobra frente aos constantes avanços da tecnologia e da dinâmica de negócios que o setor está envolto, sendo assim, uma importante experiência para se ter em mente para a construção de uma regulamentação brasileira.

### **4.3 Olhando para o Passado**

O entendimento de um marco regulatório como um documento vivo, que dialoga constantemente com o contexto atual ao qual é direcionado, traz consigo a percepção da constante necessidade de atualizações e novas reflexões. No caso de uma regulamentação para o vídeo sob demanda, ainda que essa construção se encontre no ponto do imediatismo, ou seja, se apresente como uma pauta prioritária e urgente para o setor, é necessário possuir discernimento para saber identificar pontos positivos presentes em instrumentos regulatórios anteriores, responsáveis por bons resultados e boas práticas sentidas pelo setor audiovisual e que, portanto, devem ser mantidas dentro do ordenamento normativo. Destacar esse cuidado é importante para o debate em questão, uma vez que no embate sobre regular ou não regular esses novos serviços, frequentemente surgem argumentos que colocam em xeque a eficácia de marcos regulatórios e do papel do Estado neste processo.

A legislação brasileira para o audiovisual até aqui está envolta por valores centrais para o fortalecimento de uma indústria audiovisual nacional que fomenta a diversidade de produções, o espraiamento de recursos entre diferentes partes do território brasileiro, a construção de uma institucionalidade acerca da fiscalização e da promoção de políticas audiovisuais, assim como o próprio diálogo entre sociedade civil e fomento à indústria. Foi uma construção resultante de debates aprofundados ao longo dos anos não só entre a classe de profissionais do audiovisual, mas que envolveu todas as pessoas que se relacionam com o fazer cultural.

Entre as inúmeras experiências de normativas para o audiovisual que podem auxiliar a construção de uma regulamentação para o vídeo sob demanda, alguns pontos da Lei 8.685/1993, a Lei do Audiovisual; da Medida Provisória 2.228/2001; e da Lei 12.485/2011, a Lei do SeAC, trazem aspectos relevantes para o debate do que devemos ter como atenção quando fizermos a transposição para o debate atual. É importante ressaltar que apresentaremos esse pontos de forma seccionada unicamente para fins de organização do texto, mas muito do que está hoje em vigor foi sendo modificada a cada novo marco normativo, proveniente da evolução do debate e das necessidade de adaptação ao novo contexto do setor. Da mesma forma, alguns pontos aqui trabalhados foram incluídos ou

modificados nesses três marcos legais através de outras leis, mas aqui colocamos sob o escopo destes textos por entenderem que a essência do que foi modificado ou incluído a posteriori já está presente.

#### **4.3.1 Lei 8.685 de 1993 - A Lei do Audiovisual**

Em 1993 é criada a Lei 8.985, que ficou conhecida como Lei do Audiovisual, “criando mecanismos de fomento à atividade audiovisual e outras providências” (BRASIL, 1993). A publicação desta lei no governo Itamar Franco, seguiu um movimento de consolidação de uma política cultural (e nesse caso, especificamente, de uma política cinematográfica) baseada em incentivos de renúncias fiscais (IKEDA, 2015). É um movimento iniciado no final dos anos 1980 com a publicação da Lei Sarney (vigente entre 1986 e 1990) que estabeleceu a renúncia fiscal para projetos da área cultural e foi se desenvolvendo em sucessivas iniciativas. Assim como a Lei 8.313/1991, a Lei Rouanet, pode ser entendida como um aperfeiçoamento de sua antecessora (IKEDA, 2015), a Lei do Audiovisual é, segundo Catani (1994), uma versão ampliada dos vetos da Lei 8.401/1992. Todas essas iniciativas do início da década de 1990, possuem um caráter liberal, extremamente calcada na renúncia fiscal como forma de promover os agentes privados como parte intrínseca da política audiovisual (IKEDA, 2015). Justificada como um plano de urgência para a situação do cinema nacional naquele momento, injetando recursos de forma mais direta no setor, a Lei do Audiovisual conferia ao Estado um papel indireto no fomento, delegando-o a aprovação dos projetos autorizados a captar os incentivos, enquanto à iniciativa privada cabia a escolha de onde injetar os recursos.

O aporte de recursos está concentrado sobretudo através dos mecanismos dispostos nos artigos 1º, 3º e 3ºA, com características positivas para os investidores que na visão de Ikeda (2015) geraram uma distorção na lei. Essa distorção está relacionada, sobretudo, com uma inversão da ideia de dedução fiscal decrescente, ou seja, que diminuem o percentual de dedução fiscal para projetos com alta possibilidade de retorno financeiro. O Artigo 1º da Lei do Audiovisual indiscutivelmente gerou um grande volume de recursos para as produções cinematográficas no Brasil, por possibilitar retornos financeiros e publicitários vantajosos para empresas que investissem em obras audiovisuais. O retorno financeiro vem através de uma alta dedução fiscal podendo chegar em 100% dos valores investidos<sup>16</sup> - que possibilita, inclusive, a inclusão de despesas operacionais - e da participação nos lucros provenientes da exploração comercial, enquanto o retorno publicitário está previsto pela autorização de

---

<sup>16</sup> A dedução de 100% dos valores investidos não quer dizer que é permitido o investimento de 100% do valor do Imposto de Renda devido. A dedução está limitada a 3% para pessoas físicas e 1% para pessoas jurídicas.

veiculação da marca do investidor nas peças publicitárias de divulgação da obra (BRASIL, 1993).

Juntamente com o artigo 1º, os artigos 3º e 3-A possuem importância dentro do escopo da lei por contribuírem para o aumento do volume de recursos possíveis de serem aportados através da inclusão das empresas estrangeiras. Sob os pagamentos, créditos e remessas destinadas ao exterior, provenientes da exploração de obras audiovisuais estrangeiras em território nacional, está previsto o imposto de 25%. O artigo 3º prevê o abatimento de 70% do imposto devido, desde que invistam no desenvolvimento de projetos audiovisuais brasileiros, cinematográficos e televisivos (BRASIL, 1993)<sup>17</sup>. De outra forma, o artigo 3-A permite o abatimento do mesmo percentual do imposto devido, mas dessa vez sobre a remessa enviada ao exterior proveniente da remuneração ou aquisição de direitos relativos à transmissão de obras audiovisuais ou eventos esportivos. Esses dois mecanismos foram responsáveis por agregarem uma quantidade ainda maior de recursos na etapa da produção audiovisual, aproximando as grandes distribuidoras internacionais para a co-produção de filmes nacionais, sendo um movimento importante para garantir a distribuição das co-produções nacionais no circuito exibidor (ATTAYDE, 2007). O artigo 3-A traz ainda a importância de ter trazido para o escopo do fomento previsto na Lei do Audiovisual o ecossistema da televisão, estimulando a produção de gêneros televisivos, bem como a veiculação nas grade de programação brasileiras e estrangeiras (COSTA, 2021, p. 13).

É inegável que os mecanismos de isenção fiscal provenientes da Lei do Audiovisual foram centrais para o desenvolvimento da produção do audiovisual nacional, não só nos anos logo após o início da vigência, mas nos anos seguintes até os dias atuais. A forma como a lei foi construída naquele momento foi essencial para oxigenar o setor, sendo as distorções apontadas por Ikeda (2015) de certa forma contribuidoras para o volume considerável de recursos injetado no setor através desses mecanismos. A questão que se coloca é a continuidade da lei sob essas distorções até os dias atuais, com sucessivas prorrogações de prazos.

Como veremos mais à frente, o mecanismo de incentivo fiscal não é a única forma de fomento à produção audiovisual, ainda que possua uma centralidade inquestionável. E essa centralidade traz perigos para a sustentabilidade do setor, uma vez que uma das limitações explícitas dessa forma é que, sendo proporcional ao imposto de renda, acaba tendo uma

---

<sup>17</sup> Em 2002 o Artigo 3º passa a ter vigência sob novo texto que inclui, de forma explícita, a possibilidade de investimento na produção de telefilmes e minisséries. Essa inclusão é importante porque reforça a aproximação da televisão na Lei do Audiovisual.

vulnerabilidade a quaisquer flutuações da economia, principalmente em períodos de recessão (MARSON, 2006). Outra vulnerabilidade percebida pela experiência dos mecanismos presentes na Lei do Audiovisual também é a centralidade da injeção de recursos na etapa da produção, resolvendo um problema, mas não dando conta de toda a situação complexa do setor. Assim como o incentivo fiscal enquanto modelo de financiamento está muito relacionado ao contexto da época, a priorização de recursos para a produção também é parte deste retrato.

O debate da regulamentação do vídeo sob demanda traz consigo a contínua importância de se pensar mecanismos de financiamento, sendo esses presentes na Lei 8.985/1993 uma importante ferramenta para a continuidade da injeção de recursos no setor audiovisual. Assim como o artigo 3-A trouxe para o escopo da lei a televisão, é importante que a regulamentação considere a aplicação dos recursos também para o VOD, principalmente através dos três artigos aqui indicados.

#### **4.3.2 Medida Provisória 2.228-1/2001**

Em 2000, no contexto da retomada do cinema brasileiro em que os resultados da Lei do Audiovisual já podiam ser sentidos, foi criado o Grupo Executivo de Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica, o Gedic, formado por ministros e secretários do governo federal, juntamente com representantes do setor audiovisual. De forma breve, a missão do Gedic era estruturar uma nova política do audiovisual no país, pensando toda a cadeia produtiva do setor e trazendo uma perspectiva de aproximação entre o cinema e a televisão, dois setores, até então tratados de formas distintas pelas políticas públicas (TAVARES, 2015).

O trabalho do Gedic em elaborar uma nova política para o audiovisual concentrava-se em alguns pontos basilares como a criação de um órgão responsável pelo setor no país, a criação de um fundo de financiamento e fomento à atividade cinematográfica, reforma da legislação em vigor naquele momento e proposta de um marco regulatório para a televisão, assim como já se tinha esboçado para o cinema (TAVARES, 2015, p. 232). Os esforços do grupo entre 2000 e 2001 são especialmente importantes por estruturar o documento que instituiu os pilares da política cinematográfica contemporânea (SOUSA, 2018), a Medida Provisória 2.228-1 de 6 de setembro de 2001.

Entre os muitos elementos de destaque da MP 2.228-1/2001, dois podem ser considerados centrais para o que se desenvolveu posteriormente em termos de política audiovisual no país: a criação da Agência Nacional do Cinema (Ancine) e da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (Condecine).

A MP instituiu um tripé de atuação composto pelo Conselho Superior de Cinema (CSC), pela Ancine e pela Secretaria do Audiovisual (SAV), a partir de um modelo em que cada um destes órgãos teriam determinadas atuações direcionadas ao setor. Nesse molde, fica explícito a orientação da atuação da Ancine como um órgão voltado para o mercado (SOUSA, 2018), o que é ilustrado pelos objetivos da agência dispostos nos artigo 6º:

- I - promover a cultura nacional e a língua portuguesa mediante o estímulo ao desenvolvimento da indústria cinematográfica e videofonográfica nacional em sua área de atuação;
- II - promover a integração programática, econômica e financeira de atividades governamentais relacionadas à indústria cinematográfica e videofonográfica;
- III - aumentar a competitividade da indústria cinematográfica e videofonográfica por meio do fomento à produção, à distribuição e à exibição nos diversos segmentos de mercado;
- IV - promover a auto-sustentabilidade da indústria cinematográfica nacional visando o aumento da produção e da exibição das obras cinematográficas brasileiras;
- V - promover a articulação dos vários elos da cadeia produtiva da indústria cinematográfica nacional;
- VI - estimular a diversificação da produção cinematográfica e videofonográfica nacional e o fortalecimento da produção independente e das produções regionais com vistas ao incremento de sua oferta e à melhoria permanente de seus padrões de qualidade;
- VII - estimular a universalização do acesso às obras cinematográficas e videofonográficas, em especial as nacionais;
- VIII - garantir a participação diversificada de obras cinematográficas e videofonográficas estrangeiras no mercado brasileiro;
- IX - garantir a participação das obras cinematográficas e videofonográficas de produção nacional em todos os segmentos do mercado interno e estimulá-la no mercado externo;
- X - estimular a capacitação dos recursos humanos e o desenvolvimento tecnológico da indústria cinematográfica e videofonográfica nacional;
- XI - zelar pelo respeito ao direito autoral sobre obras audiovisuais nacionais e estrangeiras. (MP 2228-1/01, Cap IV, Art. 6º)

Pode-se dizer que a criação de um órgão para o audiovisual era, naquele momento, o fator central para se pensar uma política direcionada ao setor que presenciou o completo desmonte de suas instituições anos antes. E como Sousa (2018, p. 90) apresenta em sua tese, nesse ímpeto de conseguir um “lugar próprio”, algumas características da criação da Ancine não foram plenamente discutidas ou foram resultados de concessões feitas pelo setor. Nesse sentido, a própria escolha do órgão como uma agência reguladora não foi exatamente uma decisão alinhada aos desejos do campo audiovisual, mas sim às políticas neoliberais do governo de Fernando Henrique Cardoso, que na definição de Thatcher (2002) podem ser entendidas como o meio caminho entre o Estado interventor e o Estado liberal (SOUSA, 2018, p. 89).

O texto original gestado pelo Gedic trazia como grande novidade a aproximação entre o cinema e a televisão aberta, movimento que se daria principalmente a partir da inclusão da televisão como contribuidora dos fundos direcionados ao fomento da produção audiovisual. Essa aproximação se refletiria explicitamente no nome do órgão criado pelo texto da MP: antes de Ancine, a agência se chamaria Ancinav - Agência Nacional do Cinema e do

Audiovisual. A escolha de Ancine como versão final do nome se refere aos limites de atuação do texto final da medida provisória, limitado ao escopo do cinema, vídeo e TV por assinatura, deixando a televisão aberta de fora, devido à imbróglis relacionados à Condecine. E assim como a Condecine foi um fator polêmico na época de criação da MP, ela ainda continua sendo o ponto nevrálgico de grande parte dos debates sobre a MP 2.228-1/2001, inclusive no que é relativo ao escopo de atuação e tamanho da própria Ancine. Destaca-se isso porque, na primeira versão publicada, a Condecine constava como uma das fontes de receita da agência - decisão revogada pela Lei Nº 11.437/2006 que instituiu o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA).

A Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional foi criada tendo por fato gerador “a veiculação, a produção, o licenciamento e a distribuição de obras cinematográficas e videofonográficas com fins comerciais, por segmento de mercado a que forem destinadas (MP 2228-1/2001, Cap. VI, Art. 32), que, segundo Sousa (2018, p. 81) é baseada em uma ideia de que, “quanto maior o volume de recursos movimentado pelo setor, maior a arrecadação”. De modo geral, a contribuição poderia ser classificada em duas categorias distintas. A primeira, Condecine Título, referente ao trecho descrito anteriormente, que incide sobre as obras cinematográficas e a segunda, conhecida como Condecine Remessa relacionada ao parágrafo único do artigo 32 da MP:

A CONDECINE também incidirá sobre o pagamento, o crédito, o emprego, a remessa ou a entrega, aos produtores, distribuidores ou intermediários no exterior, de importâncias relativas a rendimento decorrente da exploração de obras cinematográficas e videofonográficas ou por sua aquisição ou importação, a preço fixo. (MP 2228-1/2001, Cap. VI, Art. 32, Parágrafo único)

A instituição da Condecine a partir destes dois modelos foi recebida com muita agitação por parte dos agentes do setor cinematográfico e audiovisual. Se de um lado, existia um grupo que enxergava na nova contribuição um horizonte positivo para o financiamento da produção nacional, do outro os agentes encarregados de pagar a taxa foram efusivamente contra. Em relação a Condecine Título, o principal embate se deu pelos valores que deveriam ser pagos para cada título exibido nas grades de programação ou importado para ser distribuído em território nacional. Enquanto as empresas de TV por assinatura deveriam pagar até R\$ 2000 (dois mil reais) para exibir um título em sua programação, as distribuidoras internacionais foram encarregadas de pagar até R\$ 3000 (três mil reais) para cada filme importado. Neste último caso é importante destacar que, mesmo que o texto da lei tenha sido pensado para atingir, principalmente as *majors* hollywoodianas, a versão publicada foi

direcionada para todos os distribuidores, não importando o potencial de retorno financeiro da obra. No limite, um filme considerado filme de arte, de qualquer país estrangeiro com apenas uma cópia a ser distribuída, pagaria o mesmo valor que um blockbuster de Hollywood (SOUSA, 2018).

No diálogo entre legislações anteriores do audiovisual e a tentativa de regulamentação do VOD, não seria exagero dizer que a Condecine está no olho do furacão das divergências. Existe um grande movimento por parte dos representantes de empresas do audiovisual que entendem que o modo de cobrança por parte da Condecine deve ser revista, tanto para os serviços sob os quais ela já incide, mas, principalmente sobre a aplicação de novos, como é o caso do vídeo sob demanda. A demora na construção da nova regulamentação gerou um lobby grande por parte das empresas do novo segmento que entendiam não se encaixar no segmento “outros mercados” previstos no texto da MP, o que resultou na promulgação da Lei 14.173 de 2021 que institui o artigo 33-A:

Para efeito de interpretação da alínea e do inciso I do caput do art. 33 desta Medida Provisória, a oferta de vídeo por demanda, independentemente da tecnologia utilizada, a partir da vigência da contribuição de que trata o inciso I do caput do art. 32 desta Medida Provisória, não se inclui na definição de “outros mercados” (BRASIL, 2021)

É importante ressaltar que o artigo 33-A delimita a vedação da cobrança da Condecine Título para o VOD, estando ainda disposto o pagamento da Condecine Remessa. Atualmente, existe certa conciliação sobre a importância de contribuição do segmento do vídeo sob demanda a partir da Condecine Remessa, presente em algumas propostas de regulamentação que estão em tramitação. O principal imbróglio se referia à Condecine Título, principalmente pelo modelo de negócios operado pelo VOD em que um catálogo robusto, diversificado é um ativo importante para a fidelização de clientes e obtenção de novos, modelo problemático para a obrigação financeira proposta pela Condecine Título.

A instituição da Condecine foi fundamental para a construção e fortalecimento do FSA e para a pluralização do financiamento para além da isenção fiscal, possibilitando a construção de um mecanismo de financiamento direto relevante, sobretudo com a instituição da Condecine Teles com a Lei do SeAC, como veremos mais à frente. Ainda que a criação da Condecine tenha sido criada pela MP de 2001, é somente a partir da Lei 11.437 de 2006 que ela passa a integrar o Fundo Setorial do Audiovisual. A Tabela 1 traz um comparativo entre os valores de financiamento dos mecanismos de incentivo fiscal e da Condecine entre 2006 e 2021.

**Tabela 1:** Comparativo entre valores captados por mecanismos de incentivo fiscal e valores arrecadados pela Condecine entre 2006 e 2021 (em Reais)<sup>18</sup>

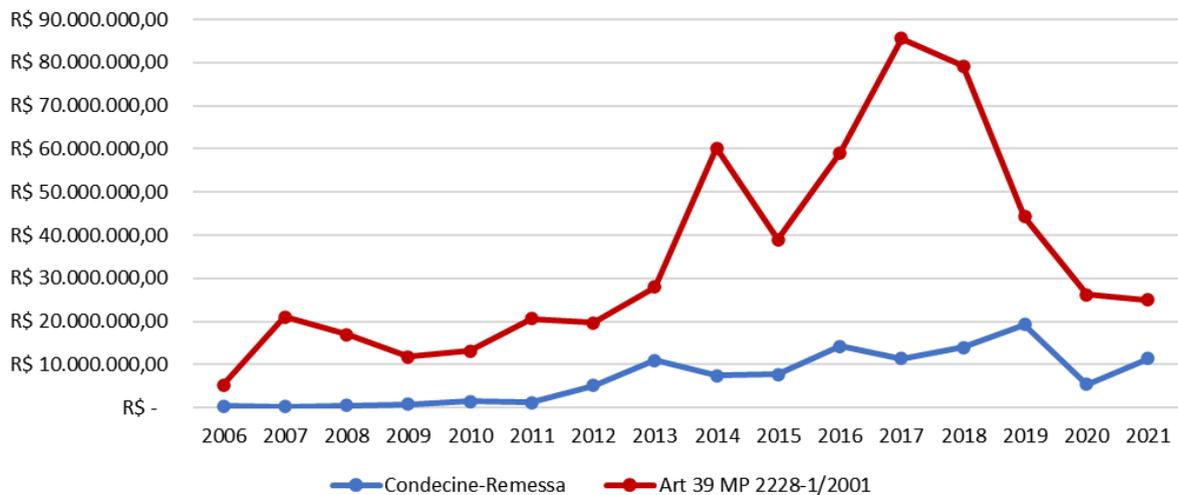
Ano	Incentivo Fiscal	Condecine	Total	% de participação da Condecine
2006	R\$ 170.260.928,25	R\$ 27.560.035,95	R\$ 197.820.964,20	13,93%
2007	R\$ 145.954.749,90	R\$ 31.008.189,41	R\$ 176.962.939,31	17,52%
2008	R\$ 151.414.163,62	R\$ 35.784.301,86	R\$ 187.198.465,48	19,12%
2009	R\$ 124.501.402,90	R\$ 35.310.491,37	R\$ 159.811.894,27	22,10%
2010	R\$ 181.351.536,04	R\$ 39.654.802,76	R\$ 221.006.338,80	17,94%
2011	R\$ 178.702.166,25	R\$ 43.698.850,24	R\$ 222.401.016,49	19,65%
2012	R\$ 147.285.511,88	R\$ 725.378.951,15	R\$ 872.664.463,03	83,12%
2013	R\$ 184.060.771,20	R\$ 806.781.226,25	R\$ 990.841.997,45	81,42%
2014	R\$ 249.816.300,96	R\$ 784.632.379,87	R\$ 1.034.448.680,83	75,85%
2015	R\$ 259.091.093,78	R\$ 849.519.936,68	R\$ 1.108.611.030,46	76,63%
2016	R\$ 306.005.517,21	R\$ 857.549.784,65	R\$ 1.163.555.301,86	73,70%
2017	R\$ 366.677.213,76	R\$ 793.347.973,77	R\$ 1.160.025.187,53	68,39%
2018	R\$ 377.529.833,97	R\$ 758.894.778,37	R\$ 1.136.424.612,34	66,78%
2019	R\$ 243.875.450,76	R\$ 742.934.729,12	R\$ 986.810.179,88	75,29%
2020	R\$ 125.449.780,51	R\$ 619.605.800,39	R\$ 745.055.580,90	83,16%
2021	R\$ 110.993.253,48	R\$ 681.993.873,97	R\$ 792.987.127,45	86,00%

**Fonte:** Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual, 2023.

Para além da importância da Condecine no incremento do volume de recursos para o setor audiovisual, é importante destacar também a contribuição do artigo 39 da MP 2228-1/2001 no recorte dos valores captados por mecanismos de incentivo fiscal, uma vez que o dispositivo legal permite a isenção do pagamento da Condecine referente às remessas que seriam enviadas ao exterior, desde que as programadores optem por investir 3% do valor devido em produções audiovisuais nacionais. O Gráfico 1 traz o comparativo entre os valores aportados pelo artigo 39 da MP e os valores captados pela Condecine Remessa.

**Gráfico 1:** Valores captados pelo artigo 39 da MP 2228-1/2001 X Valores arrecadados pela Condecine Remessa, entre 2006-2021 (em Reais)

<sup>18</sup> Os valores arrecadados pela Condecine considerados nesta pesquisa são os valores após o abatimento da Desvinculação de Receitas da União (DRU), um mecanismo que permite ao governo federal usar livremente 20% de todos os tributos federais vinculados por lei a fundos ou despesas,



**Fonte:** Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual, 2023.

A questão da Condecine no contexto da regulamentação para o vídeo sob demanda deve ser trabalhada a partir de uma revisão, a fim de entender as alterações a serem feitas em relação aos serviços que já são incididos pela contribuição, encontrando melhor caminho para incluir o VOD nesse hall de contribuintes. A inclusão do VOD nesse grupo, contudo, pede com que também sejam revisitadas questões relacionadas à possibilidade de acesso ao FSA e às produções oriundas destes recursos. Uma vez que o VOD está majoritariamente em meio digital através de janelas de exibição que diferem do cinema e da televisão, deve haver um ajuste no marco legal que permita a produção de obras pensadas diretamente para estas novas janelas de exibição. A exclusividade de obras terem o cinema como janela de exibição prioritária é importante e deve ser continuada, contudo o contexto de convergência digital cada vez mais acentuada amalgamado no qual o setor audiovisual está inserido, pede com que novas alternativas também sejam postas em prática.

Para além da Condecine, a partir da MP 2228-1 podemos trazer para o debate da regulamentação do VOD o papel central da Ancine, órgão fruto de reivindicações e lutas de décadas do setor audiovisual que na sua construção foi pensado para agir com centralidade, mas que questões financeiras e políticas do país tornaram essa atuação constantemente instável, principalmente nos últimos anos. Ainda que a própria característica de agência traga contradições com suas atribuições, se faz importante entender que a construção de setor audiovisual brasileiro forte necessita de um órgão fortalecido, reconhecido pelo setor, e que atue também como indutor de políticas audiovisuais, não somente como regulador. O VOD se apresentando cada vez mais como um ator central para o ecossistema do audiovisual deve estar sob o mesmo guarda chuva dos outros segmentos que compõem esse ecossistema.

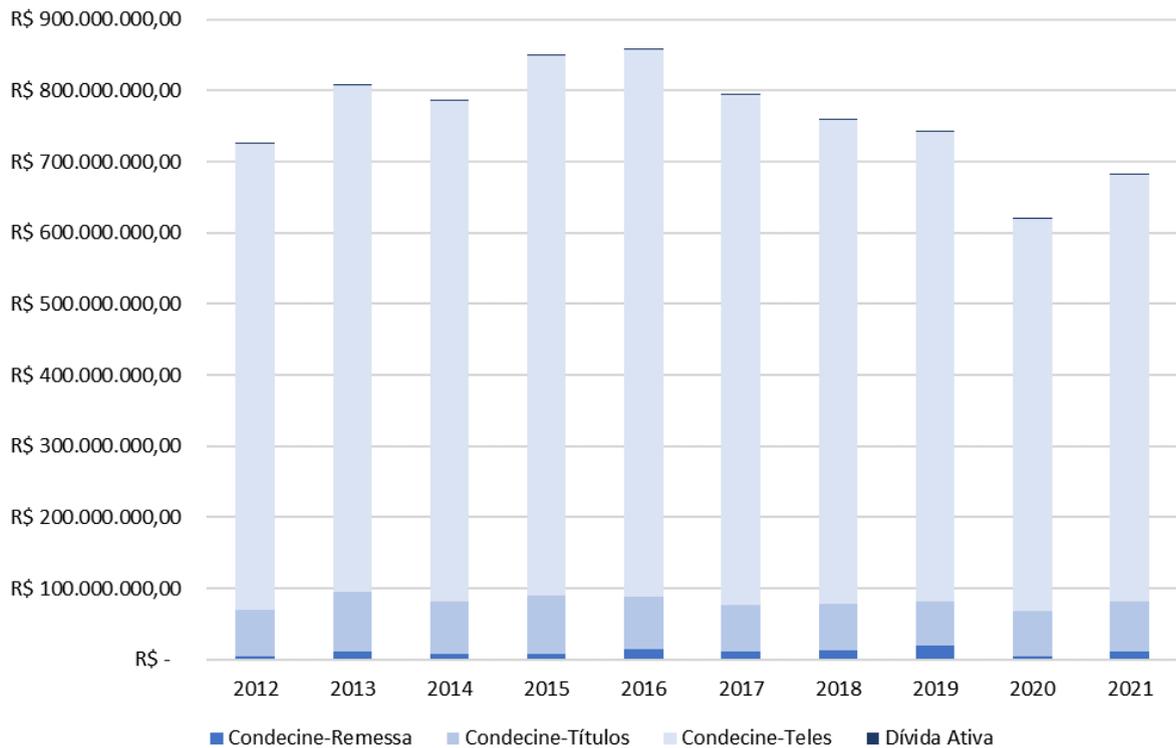
### 4.3.3 Lei 12.485 de 2011 - A Lei do Serviço de Acesso Condicionado

A partir de 2006, com a promulgação da Lei 11.437 que instituiu o Fundo Setorial do Audiovisual, a Condecine passou a integrar o grupo de recursos que compõem o fundo, utilizada para o “financiamento de programas e projetos voltados para o desenvolvimento das atividades audiovisuais” (BRASIL, 2006). Se a partir dessa mudança a contribuição passou a ser ainda mais central para o financiamento do setor audiovisual nacional, com a vigência da Lei 12.485 de 2011, a Lei do SeAC, ela passou a ser ainda mais central.

A Lei do SeAC pode ser considerada um marco para o normativo do audiovisual brasileiro pela trajetória em si que gerou a lei nos moldes nos quais foi concebida, mas, como é destacado por Sousa (2018, p. 174), existem dois pontos da lei que podem ser entendidos como a inauguração de uma nova etapa da política cinematográfica brasileira: pela primeira vez, o mecanismo de cota de tela estava sendo aplicado em um segmento que não fosse o das salas de cinema; e graças à Lei do SeAC e a participação das empresas de telecomunicações na composição da Condecine, houve um incremento considerável dos recursos do FSA.

Essa taxa paga pelas empresas de telecomunicações se relaciona com o próprio escopo da lei, que realiza uma diferenciação entre a televisão aberta e a televisão fechada, caracterizando a primeira como uma tecnologia de radiodifusão e a outra como um serviço de telecomunicação. Essa diferenciação como caracterizador e definidor do que seria aplicável pela lei é importante em vários sentidos, uma vez que, de um lado pode ser entendido como o resultado de articulações políticas do poderoso setor da televisão aberta brasileira, que se deixou de fora do escopo da lei e das obrigações e limitações impostas. Por outro, é por conta desta delimitação da vigência sobre os serviços de telecomunicações que foi possível esse incremento à Condecine que citamos anteriormente. A taxa que passou a fazer parte da Condecine, que ficou conhecida como Condecine Teles, é parte dos recursos do Fistel pago pelas empresas de telecomunicações, referente a cada celular ativo no país. Dessa forma, a Condecine Teles passou a somar junto à Condecine Títulos e a Condecine Remessa como parte das contribuições que integram o FSA. O Gráfico 2 mostra a centralidade da Condecine Teles para o montante dos valores arrecadados pela contribuição, no geral

**Gráfico 2:** Participação da Condecine Teles nos valores arrecadados por todos os tipos de Condecine - Em Reais (R\$)



**Fonte:** Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual, 2023.

No âmbito da Lei do SeAC, a questão das contribuições financeiras está intimamente relacionada às cotas, no sentido em que ao aceitarem a execução de cotas na televisão, as empresas de TV a cabo demandaram por produções nacionais. A regra de cota de tela imposta na Lei 12.485/2011 prevê, no artigo 16, que “Nos canais de espaço qualificado, no mínimo 3h30 semanais dos conteúdos veiculados no horário nobre deverão ser brasileiros e integrar espaço qualificados, e metade deverá ser produzida por produtora brasileira independente” (BRASIL, 2011). De forma mais indireta, a produção nacional para a televisão foi estimulada também pelo artigo 17 que coloca cota sobre o empacotamento, impondo que a cada três canais existentes no pacote oferecido, ao menos um deve ser um canal brasileiro.

Pode-se dizer que a Lei do SeAC é a experiência normativa do audiovisual que busca lidar com um problema antigo do setor que é a concentração dos incentivos na etapa da produção. A robustez dada ao FSA com a inclusão da Condecine Teles, juntamente com os artigos 16 e 17 que trazem a previsão das cotas na TV fechada, tenta estabelecer esse diálogo de incentivos na produção e na distribuição, construindo um caminho para a criação de um mercado consumidor de produções nacionais. Essa experiência torna-se ainda mais interessante quando olhamos para a previsão de 30% dos recursos do FSA destinado a produtoras estabelecidas no Norte, Nordeste e Centro-Oeste, alterando a Lei de 2006. Nesse

sentido, existe um esforço de lidar com demandas recorrentes do setor audiovisual como a descentralização do recurso para além do eixo Rio-São Paulo e a defesa por uma diversidade cultural e identitária nas produções audiovisuais. A própria Convenção da Unesco sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais que defende o direito dos países criarem normas para proteger seus produtos culturais e criativos foi usada como forma de dar legitimidade à lei (SOUSA, 2018, p. 178).

Apesar dos claros avanços da Lei 12.485/2011, é constante uma sensação de que ainda existe um caminho a ser percorrido e um espaço a ser ocupado quando pensamos na efetividade de marcos legais para o audiovisual. Um primeiro ponto, por exemplo, diz exatamente sobre a delimitação do escopo da lei para o universo da TV a cabo que por mais que tenha aumentado sua base de assinantes pelas condições garantidas pelo próprio texto da lei, ainda é um serviço muito associado à classes mais abastadas, gerando uma certa limitação dos benefícios possíveis.

Quando fazemos a transposição da aplicação da Condecine Teles e das cotas para o debate sobre uma regulamentação para o vídeo sob demanda, alguns pontos indicam a necessidade de certos ajustes. Como apresentamos anteriormente, a Condecine Teles é responsável por parte significativa dos recursos que compõem o FSA e conseqüentemente estimula diretamente a produção audiovisual nacional. Um argumento constante acerca do assunto é a disparidade entre as obrigações e restrições submetidas à TV fechada, enquanto ao VOD poucas normas são diretamente impostas. A elaboração de um marco regulatório para o VOD - ou que se estenda também para estes novos serviços - pede essa dinâmica entre obrigação financeira e acesso aos recursos dos fundos do setor, sendo o ponto nevrálgico dessa questão, a busca pelo equilíbrio entre a manutenção das importantes obrigações financeiras já praticadas e o estabelecimento de obrigações financeiras que tenham boa aceitação por parte das empresas de vídeo sob demanda.

As cotas, por outro lado, se apresentam como um ponto a ser revisado no debate da regulamentação uma vez que o modelo do VOD se diferencia substancialmente do modelo da TV fechada. Assim como as cotas para a televisão foram repensadas em relação à dinâmica já estabelecida para as salas de cinema, uma nova lógica é solicitada para o segmento do vídeo sob demanda. Sobretudo porque neste novo cenário, como consta no marco regulatório europeu, os algoritmos e a proeminência dos conteúdos presentes nos catálogos são fatores que devem ser trabalhados conjuntamente com as cotas enquanto mecanismo de promoção de conteúdo audiovisual nacional. O modelo de negócio do VOD é fortemente caracterizado por um catálogo atrativo, que pode ser assim considerado em termos de quantidade e categorias

de produções audiovisuais, ou em termos de conteúdos originais exclusivos. É um modelo em que o padrão de aplicação das cotas tal qual é feito para o cinema e para a TV fechada pode encontrar barreiras para ser eficaz, sendo muito mais estratégico uma aplicação de cotas convergentes com uma eficiente promoção dessas obras dentro do catálogo dos serviços.

A criação de conteúdos originais que compõem o catálogo dos serviços de VOD e funcionam como importante chamariz de público é outro ponto importante de discussão que deve ser analisado com cautela quando se trata de uma interlocução entre a Lei do SeAC e uma nova regulamentação para o VOD, que gira em torno dos artigos 5º e 6º da lei.

O artigo 5º da Lei 12.485/2011 determina que as empresas de telecomunicações não podem possuir participação majoritária do capital total e votante de empresas de radiodifusão ou de produtoras e programadoras, e vice-versa. Já o artigo 6º veda a possibilidade das empresas de telecomunicações produzirem conteúdos audiovisuais próprios para veicularem entre suas bases de assinantes. Essa vedação acontece a partir da proibição de aquisição de direitos de imagem, direitos de obras ou através da contratação de profissionais (BRASIL, 2011). Esses dois artigos são frutos das articulações políticas das empresas de radiodifusão que buscaram barrar a atuação das empresas de telecomunicações no segmento da produção de conteúdo, sendo este um assunto tão caro para os radiodifusores que fez com que, por exemplo, a Globo apoiasse o mecanismo, mesmo resultando na perda de controle da NET (SOUSA, 2018, p. 184).

Caso o modelo de negócio dos serviços de vídeo sob demanda ficasse restrito às novas empresas e não tivessem sido também incorporado por canais de televisão e conglomerados cinematográficos, não seria exagero de nossa parte imaginar que a mesma articulação que ocorreu na Lei do SeAC se repetisse também neste contexto de construção de uma regulamentação para o VOD. Entretanto, a consolidação dessas empresas como atores centrais para a dinâmica do audiovisual, o modelo de negócio do vídeo sob demanda e streaming incorporado por empresas presentes já em outros segmentos e a produção de conteúdo como fator central para este novo modelo de negócio torna inviável uma movimentação neste sentido. Assim, o cenário que se desenha atualmente é o de exclusão das empresas de telecomunicações da produção de conteúdo próprio, em um momento em que este tipo de serviço é cada vez mais importante para o jogo.

No Brasil, a base de assinantes da TV a cabo vem sofrendo consideráveis baixas nos últimos anos, com previsões não muito otimistas para o futuro. Podemos dizer que o trunfo para a manutenção dos assinantes é a oferta dos pacotes de telefonia, internet e TV a cabo. Ainda assim, os valores superiores à assinatura dos serviços de vídeo sob demanda são um

grande fator contrário, como revelam os dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua) de 2021, em que somente 27,8% dos domicílios do país possuíam acesso à TV por assinatura. Para 43,5% dos domicílios do país o principal motivo para o não acesso é o alto custo, enquanto para 8,7% é a substituição por serviços que oferecem o consumo de vídeos pela internet (IBGE, 2022). Nessa dicotomia inerente entre VOD e TV a cabo que ronda o debate sobre a construção de um novo marco legal do setor audiovisual, para além de focar na questão de uma norma específica para estes novos serviços, a revisão de pontos como os artigos 5º e 6º da Lei do SeAC pode contribuir para o fortalecimento do segmento da TV a cabo e para um cenário mais competitivo com uma pluralidade de atores.

#### **4. 4 Conclusão**

O debate sobre a construção de uma regulamentação para o vídeo sob demanda está presente na agenda do setor audiovisual desde quando se entendeu que estes novos serviços tinham imposto um novo paradigma para o setor e que estas novas dinâmicas deveriam ser observadas com a devida atenção. A evolução do modelo de negócio desde o surgimento da Netflix para além de uma plataforma de exibição digital de filmes licenciados, passando a ser uma empresa verticalizada, replicada por empresas novas e outras já consolidadas, trouxe à tona a necessidade de se pensar regras que estivessem também direcionadas a estes serviços, assim como já existiam para o cinema, televisão aberta e televisão fechada, por exemplo.

Essa relação com serviços anteriores do audiovisual também evidencia a importância de legislações anteriores do audiovisual, uma vez que, não só no Brasil, o audiovisual se configura como um setor extremamente articulado politicamente, com marcos normativos inovadores e que buscam assegurar um bom funcionamento dos serviços. Nesse sentido, olhar para essas experiências anteriores é reconhecer o trabalho já realizado e a oportunidade de continuar com boas práticas que devem ser estendidas para o VOD, assim como revisar algumas questões que deixaram de fazer sentido não só para o vídeo sob demanda, como também para os outros serviços da área.

A experiência da construção de regulamentação na União Europeia pode servir como um direcionador neste sentido, já que levou em consideração para a construção da versão de 2018 da Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual, não só a versão anterior imediata, mas também toda uma construção de normativos desde 1989 que foram pensadas para o setor, em um momento em que os serviços de vídeo sob demanda e o *streaming* estavam longe de serem criados. O caráter amplo da AVMSD que se relaciona com a

necessidade de personalização dos países membros para seus casos específicos é um ponto que chama atenção, estabelecendo diretrizes bem definidas, mas com uma boa margem de manobra para a tomada de decisões específicas para cada contexto. Nessa perspectiva, a Diretiva nos indica a possibilidade de construção de uma normativa que não seja exatamente rígida em seu texto, fechada em um contexto exclusivo no momento de sua elaboração.

Por outro lado, a experiência europeia também reforça a importância de pensarmos uma regulamentação que considere aspectos não somente ligados à indústria audiovisual per se, mas também aspectos identitários e de valorização de uma cultura regional e nacional. Trata-se de um exemplo fortemente amparado por importantes marcos internacionais como a Convenção da Unesco sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, reforçando a especificidade dos produtos audiovisuais na dinâmica da troca de bens, que devem possuir mecanismos de proteção e promoção de produtos que expressam e salvaguardam identidades e culturas importantes para a história da humanidade.

Essa característica é também facilmente identificada no hall de marcos normativos do audiovisual brasileiro, sendo uma conquista não só do setor, mas de toda a área cultural e do entendimento acerca da extensão das políticas culturais no país. E assim como esse um ponto que certamente deve ser mantido como um dos pilares para uma regulamentação para o VOD pela sua importância nos normativos anteriores, outros pontos também são centrais e devem ser vistos com atenção.

Neste texto focamos nossas atenções na Lei do Audiovisual de 1993, na Medida Provisória 2228-1/2001 e na Lei do SeAC de 2011, entendendo que existem questões importantes nestes três textos que devem ser levados em consideração quando pensamos numa regulamentação para o vídeo sob demanda. Obviamente, existe todo um arcabouço legal do audiovisual brasileiro que possui grande potencial para subsidiar esse debate para além dos textos normativos aqui analisados, não sendo pretensão deste trabalho exaurir este debate, mas sim jogar luz em pontos importantes que não devem ser deixados de lado.

A Lei do Audiovisual, através dos artigos 1º, 3º e 3-A, tal qual apresentado, foi central para injetar um volume grande de recursos na produção audiovisual brasileira, trazendo para o fomento os recursos também do capital estrangeiro através do estímulo à co-produção de filmes. Também é destacável por consolidar os mecanismos de isenção como centrais para a dinâmica do fomento cultural, uma tendência que já vinha de leis anteriores, como a Lei Rouanet. Para o VOD, ela pode ser uma importante aliada por ser um mecanismo já consolidado de fomento à produção audiovisual, que pode ser estendido para os novos

serviços, incluindo-os na dinâmica do fomento indireto e permitindo a utilização destes recursos para produções voltadas diretamente ao streaming como primeira janela de exibição.

Se o fomento indireto através da Lei do Audiovisual foi um marco nas políticas audiovisuais, a partir da MP 2228-1 de 2001 outro marco para o audiovisual se estabeleceu, através da criação da Condecine. A Contribuição é um dos pontos mais controversos quando o assunto é o aproveitamento de pontos já existentes em leis do setor audiovisual, uma vez que muitos atores ligados à área defendem uma revisão completa da Condecine. É inegável, porém, que a partir de sua criação e a alteração que destinou seus recursos para o FSA, o fomento direto para o audiovisual ganhou um outro escopo, tanto em termos de volume de recursos que passaram a compor o Fundo, como as diretrizes impostas para o uso dos recursos do FSA. No debate de uma nova regulamentação, a Condecine aparece frequente na discussão sobre qual o melhor modelo que dialogue com a continuidade da inovação e da atração de novas empresas de VOD para o Brasil.

Também na MP 2228-1, outro ponto importante de discussão se deve ao papel da Ancine, órgão criado por esta MP e que teve sua estrutura enfraquecida nos últimos anos. Com o fenômeno da convergência digital, o órgão que anteriormente tinha sido criado para tratar exclusivamente da parte correspondente ao cinema, se viu num contexto em que as produções passaram a ser desenvolvidas para estar em mais de uma janela de exibição, tendo que lidar também com as questões da televisão e nos últimos anos, também com o ambiente digital. A iniciativa de regulamentação para o VOD pode ser uma oportunidade também para repensar e fortalecer a Ancine enquanto órgão indutor de políticas para o audiovisual, repensando o papel estratégico do órgão e os limites de sua atuação.

Sendo um dos atores centrais do setor, a Ancine divide espaço com a Anatel enquanto órgão atuante no escopo regulatório do audiovisual, divisão essa que passou a acontecer principalmente após a promulgação da Lei do SeAC que trouxe para o jogo as empresas de telecomunicações, empresas que se encontram sob o escopo da Anatel. Essa atuação das duas agências adicionam uma camada extra de fatores sobre a regulamentação do VOD, que é a inclusão, a partir de lei de 2011, de mais um ator central para a dinâmica do setor. Essa centralidade da Anatel para as discussões do audiovisual e, sobretudo, do *streaming* e do vídeo sob demanda pôde ser percebida na situação de fusão entre a AT&T e a Warner. Esse caso também serve como exemplo ilustrativo dos pontos de destaque dos artigos 5º da Lei do SeAC, que trata sobre a questão da verticalização, modelo de negócio que se tornou comum para os serviços de vídeo sob demanda com maior alcance e que possuem embate direto com os canais de TV fechada.

Assim como defendemos acima que uma revisão para o artigo 5º deveria ser discutida nesse contexto de criação de uma regulamentação, o artigo 6º também deve estar como pauta na mesa, uma vez que a vedação da contratação de artistas e profissionais para a produção de conteúdos próprios deixa a TV a cabo em dissonância com o atual ecossistema audiovisual. A produção de conteúdos exclusivos é um elemento importante para fidelização de clientes atuais e para o aumento da base de assinantes. Manter a regra tal qual ela está hoje é amarrar a TV a cabo sob parâmetros que não condizem exatamente com a realidade do sistema audiovisual, estimulando, assim, uma regulamentação que inibe o bom funcionamento da dinâmica da indústria.

Olhar para as experiências anteriores do audiovisual para pensar a regulamentação do vídeo sob demanda demonstra que dificilmente há uma indústria ou setor audiovisual sem a presença do Estado em suas estruturas, como Almeida e Mendes (2017, p. 175) definiram que “desde 1937 até a data de hoje, todos os momentos bons e ruins da indústria cinematográfica brasileira e do próprio cinema brasileiro podem atribuir ao Estado os créditos por tais resultados”. Há quase 90 anos o Estado brasileiro está presente na evolução do audiovisual nacional, sendo os períodos de instabilidade política nacional também os momentos de instabilidade do setor. O início das discussões sobre uma regulamentação nacional para o VOD coincidiu com o início do último momento de instabilidade política que a população brasileira vivenciou, gerando uma conseqüente morosidade para a pauta em questão.

O debate sobre a regulamentação do vídeo sob demanda logicamente não se restringe aos pontos tratados por este texto, tendo ainda outras pautas tão centrais como as aqui destacadas. A relação trabalhista entre os serviços de VOD e os profissionais do audiovisual, por exemplo, é também um ponto de discussão que deve ser contemplado por uma futura regulamentação, uma vez que o que se observa atualmente é uma dinâmica de prestação de serviço por parte destes profissionais, muitas vezes denominados *creators* no jargão corporativo, que acabam enfraquecendo o caráter plural que envolve a produção audiovisual, além de deixar nebulosa questões relacionadas à propriedade intelectual.

O debate sobre a regulamentação do vídeo sob demanda no Brasil já está madura, presente no setor e amplamente em pauta no Congresso Nacional, como demonstra os diversos projetos de lei que tratam do assunto. É impossível falar sobre os PLs e outras matérias legislativas que tramitaram nos últimos anos no Congresso Nacional sem falar da relação com a Lei do SeAC. Como já pontuado recorrentemente neste trabalho, a regulamentação para o VOD está intimamente ligada a esta matéria, uma vez que a Lei do SeAC é o que temos de mais consistente no Brasil no âmbito das políticas audiovisuais. É por

conta dessa consistência que se dá a centralidade da Lei de 2011 para este novo tema, uma vez que ela é um bom ponto de partida para necessárias revisões quando pensamos no VOD, na própria TV a cabo e porque, por outro lado, ela é um motivo de disputa política entre as empresas de telecomunicações. Os trabalhos no campo do legislativo e das agências reguladoras, feitos pela instituição de grupos de trabalho, em muitos casos olharam especificamente para uma revisão ou atualização da Lei do SeAC (URUPÁ, 2021), caminho recorrentemente defendido quando se falava de regulamentação do VOD, ao invés de uma normativa totalmente nova.

A atualização da Lei do SeAC em associação com a regulamentação para o VOD também inspirou PLs como o PL 403 de 2020, de autoria do deputado Paulo Teixeira do PT-SP, que buscava sustar a decisão da Anatel que reconhecia o oferecimento de conteúdos lineares por OTTs como Serviços de Valor Agregado (BRASIL, 2020). Trata-se de uma proposta que busca uma forma de inserir os serviços Over The Top no hall de serviços com obrigações, nesse caso através da Lei 12.485/2011, como relatamos acima.

Outros projetos de lei também passaram a tramitar no Congresso Nacional durante este período como os PLs 8.889/2017, 9.700/2018, 3.832/2019, 483/2022, 2.331/2022 e 1.994/2023, com convergências e divergências entre si, alguns tratando pontos mais específicos como a cobrança da Condecine para os serviços de vídeo sob demanda, outros trazendo uma visão mais ampla sobre a questão da regulamentação para o VOD. Os PLs 9.700/2018, de autoria das deputadas Laura Carneiro (PSD-RJ) e Carmen Zanotto (CIDADANIA - SC), e 483/2022 do deputado David Miranda (PDT - RJ), foram anexados ao PL 8.889/2017, de autoria do deputado Paulo Teixeira (PT - SP), o projeto de lei com a tramitação mais avançada atualmente, uma vez que já teve substitutivo<sup>19</sup> aprovado na Comissão de Cultura da Câmara dos Deputados e atualmente está esperando tramitação na Comissão de Desenvolvimento Econômico e na Comissão de Indústria, Comércio e Serviços, comissões criadas no início de 2023. O PL 8.889/2017 faz proposições sobre uma regulamentação em diversos âmbitos, estabelecendo um forte diálogo com a Lei 12.485/2011, adequando pontos da Lei do SeAC para os serviços de VOD, seguindo as linhas de pensamento de propostas anteriores feitas por ele mesmo (BRASIL, 2017).

Outra proposta de destaque é o PL 1.994/2023, do senador Humberto Costa (PT - PE), que “Dispõe sobre a comunicação audiovisual sob demanda, a Contribuição para o

---

<sup>19</sup> Substitutivo é o documento proveniente de mudanças integrais na proposta de lei por parte da relatoria. O substitutivo do PL foi feito por mudanças propostas pela deputada Benedita da Silva (PT - RJ), relatora da proposta, e já foi aprovado novamente na Comissão de Cultura da Câmara dos Deputados.

Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional - CONDECINE e dá outras demandas” (BRASIL, 2023). Tramitando em conjunto com o PL 2.331/2022 do senador Nelsinho Trad (PSD - MS), o PL do senador Humberto Costa possui um texto mais amplo que a proposta de 2022, indo além da questão da obrigação financeira acerca da Condecine e abordando aspectos como cota de telas, proeminência e algoritmos e delimitação sobre as obrigações como a isenção das contribuições para serviços de VOD que ofertam essencialmente conteúdos jornalísticos; que sejam operados pelo poder público; que a oferta de conteúdo audiovisual seja acessória à oferta de conteúdos sonoros ou textuais; ou que não sejam ofertados à população brasileira; além da isenção da condecine para empresas que faturam até R\$3,6 milhões ao ano (BRASIL, 2023). Ainda destina a responsabilidade da fiscalização para o poder Executivo, não para a Ancine como no texto do deputado Paulo Teixeira (BRASIL, 2017).

Os PLs 8.889/2017 e 1.994/2023 são textos que estão em consonância com a discussão audiovisual e bons caminhos a serem seguidos para uma futura regulamentação do vídeo sob demanda no Brasil. O texto do senador Humberto Costa, por exemplo, reflete o avanço da discussão nos últimos anos, ao incorporar questões como a atuação dos algoritmos na pauta. É certo que ainda existem pontas soltas nas duas propostas, mas tratam-se de bons textos para serem trabalhados.

A volta do Ministério da Cultura, assim como o vislumbre de uma Ancine novamente fortalecida são elementos que passam a agregar um cenário cada vez mais coeso para que o documento regulador seja instituído e o setor audiovisual nacional se desenvolva cada vez mais de forma saudável.

#### 4.5 REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Cristóvão Domingos; MENDES, Cleber Morelli. **Indústria cinematográfica brasileira: uma análise do atual panorama**. Revista Passagens. v.8, n.2 Ano 2017. p 173-187

ATTAYDE, Maria Cristina. **A lei geral de comunicação eletrônica de massa e a qualidade da programação televisiva**. Revista do Serviço Público, Brasília, vol. 58, nº 3, Julho/Setembro de 2007.

BLÁZQUEZ, Francisco Javier Cabrera et al. **Investing in European Works: The Obligations on VOD Providers**. IRIS Plus, European Audiovisual Observatory, Strasbourg, Setembro de 2022.

BRASIL. **Lei 8.685 de 20 de julho de 1993. Cria mecanismos de fomento à atividade audiovisual e dá outras providências**. Brasília, DF. Diário Oficial da União, 1993.

BRASIL. Medida Provisória 2.228-1 de 6 de setembro de 2001. Estabelece princípios gerais da Política Nacional do Cinema, cria o Conselho Superior do Cinema e a Agência Nacional do Cinema - ANCINE, institui o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional - PRODECINE, autoriza a criação de Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional - FUNCINES, altera a legislação sobre a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional e dá outras providências. Brasília, DF. Diário Oficial da União, 2011.

BRASIL. Lei 11.437 de 28 de dezembro de 2006. Altera a destinação de receitas decorrentes da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional -CONDECINE, criada pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, visando ao financiamento de programas e projetos voltados para o desenvolvimento das atividades audiovisuais; altera a Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, e a Lei nº 8.685, de 20 de julho de 1993, prorrogando e instituindo mecanismos de fomento à atividade audiovisual; e dá outras providências. Brasília, DF. Diário Oficial da União, 2006.

BRASIL. Lei 12.485 de 12 de setembro de 2011. Dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado; altera a Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, e as Leis nºs 11.437, de 28 de dezembro de 2006, 5.070, de 7 de julho de 1966, 8.977, de 6 de janeiro de 1995, e 9.472, de 16 de julho de 1997; e dá outras providências. Brasília, DF. Diário Oficial da União, 2011.

BRASIL. Lei 14.173 de 15 de junho de 2021. Altera a Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, para modificar valores da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional, a Lei nº 5.070, de 7 de julho de 1966, para modificar valores da Taxa de Fiscalização de Instalação, a Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008, para modificar valores da Contribuição para o Fomento da Radiodifusão Pública, e as Leis nºs 9.998, de 17 de agosto de 2000, 9.472, de 16 de julho de 1997, 13.649, de 11 de abril de 2018, 4.117, de 27 de agosto de 1962, e 12.485, de 12 de setembro de 2011; e revoga dispositivo da Lei nº 11.934, de 5 de maio de 2009. Brasília, DF. Diário Oficial da União, 2021.

CATANI, Afrânio Mendes. **Política cinematográfica nos anos Collor (1990-1992): um arremedo neoliberal**. Revista Imagens, Campinas, n. 3, dezembro 1994.

COSTA, Ana Paula Silva Ladeira. **Produção televisiva independente**. Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura, v. 23, n. 1, p. 7-26, 2021.

GOMES, Ana Lúcia. **A lei da TV paga e o audiovisual independente brasileiro: análise dos tensionamentos para regulação de conteúdo obrigatório**. 2015. Dissertação de Mestrado. Brasil.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal**. 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/17270-pnad-continua.html?edicao=34949&t=publicacoes> Acesso em: 10 jan. 2023.

UNIÃO EUROPEIA. **Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual**. 2019 Disponível em: [https://eur-lex.europa.eu/PT/legal-content/summary/audiovisual-media-services-directive-av-msd.html#keyterm\\_E0001](https://eur-lex.europa.eu/PT/legal-content/summary/audiovisual-media-services-directive-av-msd.html#keyterm_E0001) Acesso em: 20 maio 2022

PARLAMENTO EUROPEU; CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA. **Diretiva 89/552/CEE do Conselho, de 3 de outubro de 1989, relativa à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros relativas ao exercício de atividades de radiodifusão televisiva**. 1989 Disponível em: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.L\\_.1989.298.01.0023.01.POR&toc=OJ%3AL%3A1989%3A298%3ATOC](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.L_.1989.298.01.0023.01.POR&toc=OJ%3AL%3A1989%3A298%3ATOC) Acesso em: 21 de maio 2022.

PARLAMENTO EUROPEU; CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA. **Diretiva 2007/65/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 11 de dezembro de 2007, que altera a Diretiva 89/552/CEE do Conselho relativa à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros relativas ao exercício de atividades de radiodifusão televisiva**. 2007. Disponível em: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.L\\_.2007.332.01.0027.01.POR&toc=OJ%3AL%3A2007%3A332%3ATOC](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.L_.2007.332.01.0027.01.POR&toc=OJ%3AL%3A2007%3A332%3ATOC) Acesso em: 21 maio 2022.

PARLAMENTO EUROPEU; CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA. **Diretiva 2018/1808 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de novembro de 2018, que altera a Diretiva 2010/13/UE relativa à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros respeitantes à ofertas de serviços de comunicação social audiovisual (Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual), para a adaptar à evolução das realidades do mercado**. 2018. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=celex%3A32018L1808> Acesso em: 21 maio 2022

GARCÍA LEIVA, M. Trinidad; ALBORNOZ, Luis A. **VOD service providers and regulation in the European Union: an audiovisual diversity approach**. *International Journal of Cultural Policy*, v. 27, n. 3, p. 267-281, 2021.

MARSON, Melina Izar. **O Cinema da Retomada: Estado e cinema no Brasil da dissolução da Embrafilme à criação da Ancine**. 2006.

OBSERVATÓRIO BRASILEIRO DO CINEMA E DO AUDIOVISUAL. **Valores captados por mecanismo de incentivo - Em Reais (R\$) - 2006 a 2021**. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/recursos-publicos-1> Acesso em: 01 jan. 2023

OBSERVATÓRIO BRASILEIRO DO CINEMA E DO AUDIOVISUAL. **Condecine - Valores Arrecadados - Em Reais (R\$) - 2006 a 2022**. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/recursos-publicos-1> Acesso em: 01 jan. 2023

POSSEBON, Samuel. **Modelo legal e empacotamento da TV paga precisam mudar, diz CEO da Claro Brasil**. *TELETIME News*. Disponível em: <https://teletime.com.br/08/11/2018/modelo-legal-e-empacotamento-da-tv-paga-precisam-mudar-diz-ceo-da-claro-brasil/> Acesso em: 30 jun. 2021

SOUSA, Ana Paula da Silva e. **Dos conflitos ao pacto: as lutas no campo cinematográfico brasileiro no século XXI**. 2018. 1 recurso online (294 p.). Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, SP.

THATCHER, Mark. **Regulation after delegation: independent regulatory agencies in Europe**. *Journal of European Public Policy*, vol. 9, nº 6, 2002.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O vídeo sob demanda, sobretudo vinculado ao *streaming*, é o segmento do audiovisual que nos últimos dez anos vêm movimentando os debates no setor, seja pelo vislumbre futuro acerca do serviço, seja pelo futuro das outras janelas de exibição. Os debates presentes nos últimos anos seguem uma tendência de colocar o VOD em comparação com o cinema, televisão aberta, TV a cabo, quase que constantemente em uma posição de superioridade, num cenário futuro em que o contínuo fortalecimento do novo serviço estaria construindo um inevitável trágico destino para as formas anteriores de consumo do audiovisual.

Ao contrário das previsões mais pessimistas (ou otimistas, a depender do referencial) relacionadas à consolidação do vídeo sob demanda, pode-se dizer que o que se afirmou foi um ecossistema com mais uma janela de consumo audiovisual, existindo em harmonia com as de conhecimento comum da população para antes dos anos de 2010. Essa coexistência se afirma com momentos de sobreposição de um serviço sobre o outro, enfraquecimento de segmentos e reinvenção para as novas regras do jogo e demandas do consumidor e do cidadão, mas ainda se mostra como um cenário de coexistência. E a consolidação do VOD nesse ecossistema traz consigo a necessidade central de igualar as regras do jogo, para que determinados valores como diversidade cultural, acesso à cultura, representatividade, estímulo à produção nacional e independente, entre tantos outros pudessem ser assegurados para a população brasileira.

De 2015 para cá, o contexto político brasileiro passou por uma série de instabilidades que reverberou diretamente no tema da regulamentação para o vídeo sob demanda. A instabilidade política está diretamente atrelada às instabilidades do setor cultural, uma vez que a cultura esteve entre os alvos escolhidos pela extrema direita para construir a narrativa responsável pelo caminho ao poder. A narrativa que tinha na cultura uma das principais inimigas estava alinhada com o discurso ultra neoliberal e com o capital estrangeiro, sendo uma política de regulamentação baseada em obrigações fiscais e não fiscais uma iniciativa oposta ao defendido. O contexto político brasileiro, somado à crescente influência dos serviços de VOD no cenário econômico e político do setor audiovisual brasileiro trouxeram certa morosidade para a discussão sobre uma regulamentação para o *streaming* e vídeo sob demanda.

Falar em morosidade do debate não quer dizer uma inexistência do debate. Como reiterado continuamente por este texto, a discussão sobre uma futura regulamentação tem sido pauta constante em espaços do audiovisual brasileiro, com iniciativas também no legislativo nacional. Nos últimos anos, o tema esteve presente continuamente no radar da Ancine e da

Anatel e nas comissões do Congresso Nacional, de forma a tratar do assunto não só fechado em si mesmo, mas também através de uma relação constante com as legislações anteriores do audiovisual, em exemplos como a compra da Warner pela AT&T e a fusão da mesma Warner com a Discovery (BUCCO, 2021); e a denúncia da Claro contra a Fox por distribuição de conteúdo linear pela internet (AMARAL, 2020), além de tratar sobre os projetos de leis que foram protocolados e tramitaram sobre o tema.

Ao longo dos três artigos apresentados buscamos desenvolver a ideia do vídeo sob demanda como um novo serviço já consolidado para o setor audiovisual que necessita de uma regulamentação bem estruturada para que os produtos oferecidos e a relação com usuários e profissionais alcance um verdadeiro impacto positivo. O desenvolvimento dessa ideia foi construído através de três pilares em cada um dos três artigos.

No primeiro artigo, através de um estudo do estado da arte sobre regulação do vídeo sob demanda na América do Sul, pode-se perceber alguns tópicos recorrentes e linhas de análise que seguem caminhos semelhantes. Algumas produções olham para a regulamentação do VOD a partir do paralelo com a TV por assinatura, em uma dicotomia, que não é excludente e muito menos definidora do fim da TV por assinatura, mas sim estabelecem uma nova forma de relação entre si (Baccarne et al, 2014), sendo a questão tributária o principal ponto de entrave entre os dois serviços. O paralelo entre Europa e América Latina no que diz respeito à construção de normativas para o vídeo sob demanda, assim como o principais entraves e potencialidades de uma iniciativa como essa são outros dois pontos recorrentes que aparecem nas produções analisadas, uma vez que o continente europeu saiu na frente e possui uma experiência bem interessante com a articulação regional através da União Europeia. Se basear na experiência europeia, olhando para as reverberações positivas por lá, assim como para os problemas estruturais das esferas políticas, econômicas e sociais da América Latina que influenciam diretamente quando se discute o setor audiovisual é um grande ponto de debate, uma vez que não é possível tratar o tema de forma hermética, fechada em si mesmo.

Por fim, o primeiro artigo também trata a regulamentação para o VOD como um debate inserido no debate sobre a regulação de novas tecnologias, assunto central na agenda política atual quando falamos de tecnologias digitais em um contexto de crescimento de tecnologias baseadas em inteligência artificial, redes sociais, compartilhamento de dados, entre outros pontos. Pensar o papel do Estado e do poder público para organizar as dinâmicas de mercado de forma eficiente, estimulando a constante inovação e entrada de novos atores é essencial, ideia trabalhada por Baptista e Keller (2016) e por James Speta (2011) que destaca

a necessidade de textos normativos bem estruturados e alinhado com as tendências tecnológicas e do mercado.

O segundo artigo volta o olhar para a relação do vídeo sob demanda com o mercado nos últimos anos, sobretudo durante e após a pandemia de COVID-19, onde o consumo de conteúdo audiovisual disparou em um contexto de restrição da atividade cultural. O texto busca olhar para o consumo de conteúdo audiovisual através do VOD não só pelo óbvio crescimento do segmento durante o período, mas estabelecendo um debate acerca de diversidade cultural e acesso à cultura.

A centralidade da cultura digital e do consumo de vídeo para o próprio consumo cultural muitas vezes traz consigo um otimismo que deve ser olhado com certa cautela. Inegavelmente existe uma grande potencialidade de levar conteúdos audiovisuais a lugares sem estruturas como salas de cinemas, sobretudo no Brasil onde o acesso ao cinema ainda é bem limitado às capitais e grandes cidades do interior. Nesse sentido, o VOD torna-se uma importante janela de exibição fazendo com que determinados conteúdos cheguem até localidades onde essas produções possivelmente não chegariam. Foi, contudo, a partir dessa ideia sobre as potencialidades do vídeo sob demanda e do *streaming* que foi proposta uma análise a partir do acesso à cultura e da diversidade cultural.

Inegavelmente, a diversidade ofertada pelo VOD quando comparada com o período pré cultura digital é maior devido aos avanços no compartilhamento de dados (RANAIVOSON, 2016), ainda que seja possível perceber um cenário real aquém do projetado ou do possível para este tipo de tecnologia e modelo de negócio quando falamos sobre a diversidade. Através do olhar para a teoria da Cauda Longa de Anderson (2006), que se relaciona diretamente com o surgimento da Netflix e o advento do *streaming*, e teorias anteriores como as teorias das super estrelas de Adler (1985) e Rosen (1981), é possível perceber a continuidade de estratégias utilizadas pelos modelos de negócios tradicionais do audiovisual, sobretudo para questões de publicidade das produções originais dos serviços de vídeo sob demanda. No limite, quando falamos de diversidade na questão do vídeo sob demanda é importante evidenciar a diferença entre a diversidade ofertada e a diversidade consumida (VAN DER WURFF & VAN CUILENBURG, 2001), entendendo o que de fato está chegando e sendo consumido pela população. O papel dos algoritmos são centrais nesse assunto, uma vez que eles são ferramentas fundamentais no modelo de negócios destes novos serviços, utilizados durante toda a cadeia produtiva do audiovisual, tanto como ferramenta de recomendação de conteúdo, como quanto auxiliar na decisão do que será produzido.

Falar sobre essa potencialidade da diversidade atrelada ao vídeo sob demanda no contexto brasileiro pede um olhar também para a discussão sobre acesso à cultura, uma vez que seria um equívoco pressupor que o acesso a uma conectividade de qualidade está ao alcance de toda a população brasileira. O consumo de produções audiovisuais através do VOD está diretamente ligado ao acesso à internet e, apesar de ser um bem fundamental e, portanto, dever do Estado brasileiro de oferecer esse serviço (GONÇALVES, 2019), muitas pessoas possuem um acesso limitado, através de dados móveis e aparelhos portáteis. Produções audiovisuais, em sua grande parte, são também produtos artísticos e estéticos e precisam de determinados parâmetros para seu consumo de qualidade. Em certo sentido, existe uma perda no consumo somente através da tela de um celular ou por uma conexão instável, sendo assim, a questão estrutural da conectividade um assunto elementar para a área da cultura digital.

Uma outra análise trazida pelo texto é o cuidado para não transformar a cultura digital em uma única forma de acesso à cultura por parte de populações de baixa renda e de territórios do interior. Ao mesmo tempo que ela é essencial e possui uma potência na distribuição de conteúdo, ela não é suficiente por si só, sendo necessário o investimento e fomento por parte dos setores público e privado em outras formas de manifestação artística e equipamentos culturais. O que se identifica atualmente, através de dados do SIIC (IBGE, 2019) é uma concentração dos gastos com cultura de famílias de baixa renda na cultura digital, enquanto as famílias com maior receita frequentam outros espaços culturais como teatros e museus.

O terceiro artigo possui o objetivo de fazer uma discussão mais direta sobre a regulamentação para o vídeo sob demanda, fazendo dois paralelos distintos para pensar pontos importantes que devem ser levados em conta por um futuro normativo para o VOD. Buscou-se fazer um diálogo com a experiência de regulamentação europeia, principalmente no âmbito da União Europeia, através da Diretiva Serviços de Comunicação Audiovisual, analisando a evolução de suas versões, desde a primeira de 1989, até a mais recente de 2018. A experiência europeia indica a interessante perspectiva dos direcionamentos a partir do contexto regional, equalizando obrigações para os membros do bloco, articulando ações de estímulo à indústria audiovisual europeia, ao mesmo tempo que deixa uma boa margem para que os países possam realizar adequações de acordo com suas especificidades.

A Diretiva europeia é muito baseada em legislações anteriores do audiovisual que sequer tratavam sobre o vídeo sob demanda, e é nesse sentido que o texto central sua principal análise, olhando para as legislações anteriores do audiovisual brasileiro, a fim de achar pontos

importantes para a regulamentação do VOD. Não se trata de falar exatamente como esses pontos devem ser tratados em uma possível normativa, mas sim levantar a bola da discussão para que eles sejam bem aplicados. As atenções se voltaram mais especificamente para a Lei do Audiovisual, a Medida Provisória 2228-1/2001 e a Lei do Serviço de Acesso Condicionado (Lei do SeAC ou Lei da TV a cabo).

As obrigações financeiras são um grande ponto de polêmica no assunto sobre a regulamentação, contudo centrais para uma boa normativa, uma vez que inserem os serviços sob o escopo da regulamentação no ecossistema do setor. Presente nos três normativos analisados, a questão financeira é central para a evolução do audiovisual nacional e o estímulo a diversas iniciativas de toda a cadeia produtiva do setor. Podendo se apresentar de duas formas, através de contribuições indiretas, por meio da renúncia fiscal, como nos artigos 1º, 3º e 3-A da Lei do Audiovisual ou através de contribuições diretas para um fundo, como a Condecine, presentes na MP 2228-1 e na Lei do SeAC, o aumento do volume de recursos para o setor é diretamente proporcional a períodos de forte incentivo à indústria, construção de um mercado consumidor e incentivo à produtoras independentes para além do eixo Rio-São Paulo. A Lei do SeAC possui destacado papel nesse aspecto, uma vez que instituiu a Condecine Remessa e aumentou consideravelmente a contribuição para o setor. A revisão na forma de cobrança da Condecine é um dos principais pontos de debate que devem ser levados em consideração para se ter uma regulamentação com sucesso, alinhada a mecanismos de diminuição de taxas de contribuição em casos de investimentos indiretos no setor, tal qual já está previsto nos textos analisados.

As cotas de telas ganham outros meandros no contexto do VOD, agora relacionadas aos algoritmos e, dessa forma, trazendo para o debate também a necessidade de uma revisão. O debate sobre a cota de tela se junta a questão do algoritmo no limite em que converge com o importante tema da proeminência, ou seja, a simples reserva de espaço dentro do catálogo para produções brasileiras não é suficiente para lidar com as questões que esse mecanismo pretende lidar que é o fortalecimento do mercado consumidor de produção nacional. Na era dos streamings os algoritmos são centrais para essa questão, devendo uma regulamentação estar atenta para que os serviços de VOD garantam uma boa proeminência para os conteúdos nacionais.

A MP 2228-1/2001 é um importante marco legal também por ter criado a Ancine, órgão central para este debate e para o fortalecimento do setor audiovisual nacional. Nos últimos anos a Ancine esteve no centro da instabilidade da política nacional, perdendo protagonismo esperado por pessoas ligadas ao setor. Uma nova regulamentação para o setor

pode e deve utilizar o espaço para colocar a Ancine no centro da questão, fortalecendo o órgão não só como fiscalizador, mas como fomentadora do audiovisual nacional através de políticas bem estruturadas e contínuas.

Este trabalho não teve a pretensão de esgotar o debate sobre a regulamentação para o vídeo sob demanda no Brasil e propor uma regulamentação a ser seguida. Mesmo que essa tivesse sido a proposta, poderíamos dizer se tratar de uma proposta ou ingênua ou irreal, uma vez que estamos lidando com um tema extremamente amplo, multidisciplinar que envolve aspectos do direito, economia, ciências políticas e sociais, antropologia e muitas outras áreas de conhecimento que podem se relacionar com as políticas culturais e o audiovisual. A proposta aqui foi de olhar para a questão da regulamentação para o VOD a partir de alguns pilares considerados importantes para o bom desenvolvimento do setor audiovisual brasileiro, sendo a regulamentação uma ferramenta que atue nesse sentido e não como limitadora das capacidades deste novo tipo de serviço.

Um dos principais desafios na construção deste trabalho foi a contemporaneidade com o desenvolvimento do próprio tema em si, uma vez que acompanhamos os fatos durante o momento em que eles foram acontecendo, buscando trazer uma visão mais aproximada do debate tal qual ele se encontra atualmente. As informações relacionadas ao vídeo sob demanda e ao *streaming* estão evoluindo rapidamente, mudando as cartas postas na mesa e as formas como elas estão se relacionando. A questão laboral dos profissionais do audiovisual, por exemplo, reivindicando uma nova forma de relação de trabalho e prestação de serviço sobre propriedade intelectual é um tema que anos atrás não possuía a força que se percebe nos espaços de discussão atual.

Nesse sentido, existe um enorme leque de possibilidades e caminhos de pesquisa sobre a regulamentação para o vídeo sob demanda e sobre estes novos serviços no geral como um olhar focado para pontos como diversidade cultural, propriedade intelectual, questão tributária e obrigações financeiras, acesso à cultura, novas formas de consumo, atuação dos algoritmos, entre outras variáveis possibilidades.

Ainda que no Brasil não tenhamos em prática uma regulamentação específica para o vídeo sob demanda, a experiência de outros países como na Europa se encontra no que podemos entender em um segundo momento, num “pós-regulamentação” como percebido na França e Dinamarca, por exemplo, onde após o estabelecimento de obrigações para o serviços de VOD - principalmente obrigações financeiras - um forte lobby das empresas constantemente se apresenta para enfraquecer ou derrubar tais obrigações. Um futuro caminho

de pesquisa importante para o setor é olhar para esse momento, esse pós-regulamentação nesses países e qual é o contexto percebido, quais as reverberações de uma regulamentação.

Deslocando o olhar para a América do Sul, recentemente em 2023 a Argentina aprovou uma regulamentação para o VOD, em que 10% da receita das empresas no país serão destinadas diretamente ao Instituto Nacional de Cinema e Artes Audiovisuais. A largada na frente da experiência argentina, que se torna o primeiro país da região a ter uma regulamentação diretamente para os serviços de vídeo sob demanda, é um tema importante para estabelecermos paralelos com a realidade brasileira.

O vídeo sob demanda, o *streaming*, a regulamentação para a área e para outros serviços digitais que são associados ao consumo cultural é um tema potente que deve estar na agenda da academia e do setor público brasileiro, uma vez que apresenta uma infinidade de potencialidades e novas formas de relacionamento com a cultura. O desenvolvimento de pesquisas que articulam os aspectos políticos, sociais e econômicos das políticas audiovisuais e das constantes novas tecnologias e serviços sob o aspecto da inovação podem ser materiais potentes para a construção de políticas públicas baseadas em evidências que fortaleçam cada vez mais o audiovisual brasileiro.

## REFERÊNCIAS

ADLER, Moshe. *Stardom and talent*. *The American economic review*, v. 75, n. 1, p. 208-212, 1985.

AMARAL, Bruno do. **Anatel decide que canais lineares pela Internet são SVA**. Teletime, 2020. Disponível em: <https://teletime.com.br/09/09/2020/anatel-decide-que-canais-lineares-pela-internet-sao-ava/> Acesso em: 12 dez. 2020.

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BACCARNE, Bastian; EVENS, Tom; SCHUURMAN, Dimitri. *The television struggle: An assessment of over-the-top television evolutions in a cable dominant marke*. In: *Communications & Strategies*, n. 92, pp. 43-61, 2013. Disponível em: [https://papers.ssrn.com/soL3/papers.cfm?abstract\\_id=2473955](https://papers.ssrn.com/soL3/papers.cfm?abstract_id=2473955). Acesso em: 03 jan. 2020.

BAPTISTA, P.; KELLER, Clara I. Por que, quando e como regular as novas tecnologias? Os desafios trazidos pelas inovações disruptivas. In: **RDA – Revista de Direito Administrativo**, Rio de Janeiro, v. 273, p. 123-163, set./dez. 2016

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei 8.889, de 18 de outubro de 2017**. Dispõe sobre a provisão de conteúdo audiovisual por demanda (CAvD) e dá outras providências. Brasília, Câmara dos Deputados, 2017. Disponível em:

<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2157806> Acesso em: 25 jan. 2021.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei 403, de 17 de setembro de 2020**. Susta os efeitos do Acórdão do Conselho Diretor da Anatel nº 472, de 10 de setembro de 2020, que reconhece que “as Ofertas de Conteúdo Audiovisual Programado via Internet por meio de Subscrição (sVOD) não se enquadram como Serviço de Acesso Condicionado (SeAC)”. Brasília, Câmara dos Deputados, 2020. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/2263019> Acesso em: 20 maio 2021.

BRASIL. Senado Federal. **Projeto de Lei 1.994, de 19 de abril de 2023**. Dispõe sobre a comunicação audiovisual sob demanda, a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional - CONDECINE e dá outras demandas. Brasília, Senado Federal, 2023. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/156973> Acesso em: 30 abril 2023.

BUCCO, Rafael. **Fusão WarnerMedia/Discovery deve passar pelo crivo de Anatel, Ancine e Cade**. TeleSíntese, 2021. Disponível em: <https://www.telesintese.com.br/fusao-warnermedia-discovery-deve-passar-pelo-crivo-de-anatel-ancine-e-cade/> Acesso em: 17 mai. 2021

GONÇALVES, Narsizio Calicchio. O acesso à internet como direito fundamental. 2019. Disponível em: <http://rdu.unicesumar.edu.br/bitstream/123456789/5134/1/TRABALHO%20DE%20CONCLUS%3%83O%20DE%20CURSO%20TCC.pdf> Acesso em: 05 ago. 2021.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE). **Sistema de Informações e Indicadores Culturais: 2007-2018/IBGE**. Coordenação de População e Indicadores Sociais. Rio de Janeiro, 2019.

RANAIVOSON, Heritiana Renaud. O Impacto das Plataformas da Internet na Diversidade das Expressões Culturais: Para a Long Tail (Cauda Longa) e além!. In: **Diversidade de expressões culturais na era digital**. Teseo, 2016. p. 239-268.

ROSEN, Sherwin. *The economics of superstars*. *The American economic review*, v. 71, n. 5, p. 845-858, 1981.

SPETA, James B. *Supervising managed services*. In: *Duke Law Journal*, vol. 60, n. 8, 2011. Disponível em: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1837669###](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1837669###). Acesso em: 03 jan. 2020.

URUPÁ, Marcos. **Ministério das Comunicações indica membros de grupo de trabalho para atualizar o SeAC**. Tela Viva, 2021. Disponível em: <https://telaviva.com.br/05/02/2021/mcom-indica-membros-de-grupo-de-trabalho-para-atualizar-o-seac/> Acesso em: 05 fev. 2021.

VAN DER WURFF, Richard; VAN CUILENBURG, Jan. *Impact of moderate and ruinous competition on diversity: The Dutch television market*. *The Journal of Media Economics*, v. 14, n. 4, p. 213-229, 2001.

# **Regulação do vídeo sob demanda na américa do sul: Um olhar para o estado da arte**

*Regulation of video on demand in south America: a look at the state of  
the art*

*Regulación de vídeo bajo demanda en America del sur: un vistazo para  
el estado del arte*

—

**Luiz Gustavo SANTANA CAMPOS**

Universidade Federal da Bahia - Brasil  
lugsca@gmail.com

**Daniele PEREIRA CANEDO**

Universidade Federal do Recôncavo da Bahia - Brasil  
danielecanedo@ufrb.edu.br

*Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*  
*N.º 147, agosto-noviembre 2021 (Sección Diálogo de Saberes, pp. 313-330)*  
*ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X*  
*Ecuador: CIESPAL*  
*Recibido: 06-04-2021 / Aprobado: 10-07-2021*

**Resumo**

Os últimos anos foram marcados pelo surgimento dos serviços de vídeo sob demanda como novas tecnologias atuantes em todos os setores da cadeia produtiva do audiovisual. A regulação se coloca como um dos principais pontos da agenda, amplamente discutida por pesquisadores da área. Este artigo apresenta uma revisão de literatura, a partir da construção e análise de um portfólio bibliográfico focado na temática da regulação para os serviços de vídeo sob demanda na Argentina, Brasil e Colômbia, entre 2009 e 2019. Os resultados indicam quatro principais temas que aparecem de forma transversal e recorrentemente entre as produções científicas analisadas.

**Palavras-chave:** regulamentação; streaming; vídeo sob demanda; diversidade cultural

**Abstract**

The last few years have been marked by the emergence of video-on-demand services as new technologies in all sectors of the audiovisual production chain. The regulation is one of the main points on the agenda being widely discussed by researchers in the area. This article presents a literature review, from the construction and analysis of a database focused on the theme of regulation for video-on-demand services in Argentina, Brazil and Colombia, between 2009-2019. The results indicate four main themes that appear transversally and repeatedly among the scientific productions analyzed.

**Keywords:** regulation; streaming; video on demand; cultural diversity

**Resumen**

Los últimos años han estado marcados por el surgimiento de los servicios de vídeo bajo demanda como nuevas tecnologías en todos los sectores de la cadena de producción audiovisual. La regulación es uno de los puntos principales del orden del día, siendo ampliamente discutido por los investigadores de la zona. Este artículo presenta una revisión bibliográfica, a partir de la construcción y análisis de una base de datos centrada en el tema de la regulación de los servicios de vídeo bajo demanda en Argentina, Brasil y Colombia entre 2009-2019. Los resultados indican cuatro temas principales que aparecen transversalmente y recurrentemente entre las producciones científicas analizadas.

**Palabras clave:** regulación; streaming; vídeo bajo demanda; diversidad cultural

## 1. Introdução

Nos últimos anos, a sociedade se deparou com uma nova forma de acesso a conteúdos audiovisuais que tem ganhado cada vez mais espaço em todas as etapas da cadeia produtiva do setor audiovisual. Os serviços *Over the Top* (OTT) agrupam modelos que utilizam a internet para a transmissão de dados para um dispositivo online (Andrade, Toledo, & Corrêa, 2013). Entre os modelos, está a comunicação audiovisual sob demanda (*video on demand* ou VOD, na sigla em inglês), difundida a partir da popularização dos aparelhos portáteis e do avanço das tecnologias de compartilhamento de dados pela internet<sup>1</sup>.

A ampliação do consumo de vídeo a partir de mídias digitais tem registrado crescimento vertiginoso nos últimos anos. Estudos estimam que em 2022, 60% da população mundial estará conectada à internet e os vídeos serão responsáveis por 82% do tráfego de dados (Cisco, 2018). Projeções como essa, alinhadas ao sucesso de empresas como *Netflix* e *YouTube*, são consonantes à migração parcial, e até mesmo total, dos consumidores e das empresas dos modelos de negócios tradicionais do audiovisual para o VOD.

O estabelecimento dos serviços OTTs logo suscitou o debate sobre regulação para esses serviços. Trata-se de uma pauta já presente nas discussões do setor audiovisual, que se baseia em normativas anteriores do cinema, da televisão aberta e da televisão por assinatura. São debates presentes em vários países do mundo, ainda que em distinta situação de amadurecimento, sendo essa uma diferença evidente quando comparamos o contexto europeu com o latino-americano, por exemplo. Países como França, Alemanha e Bélgica desenvolveram normativas voltadas especificamente para os serviços de VOD, uma vez que foram identificadas brechas na regulamentação já existente para o cinema e o audiovisual (Donders et al, 2018). No centro da discussão em solo europeu está o entendimento do audiovisual como expressão cultural, assim como a percepção de uma indústria a ser incentivada e protegida, sobretudo, do desenfreado monopólio estadunidense representado pelas maiores empresas do setor (Canedo, 2013).

Na América Latina, ainda que a passos mais lentos, países como Argentina, Brasil e Colômbia discutem regulações baseadas em legislações anteriores já consolidadas, como a Lei do Audiovisual e a Lei da TV Paga, no Brasil. Por outro lado, tal discussão também tem fomentado a revisão das normativas para os modelos tradicionais, uma vez que as operadoras questionam estarem em situação de desigualdade em relação ao VOD.

---

1 A popularização do termo “*streaming*”, ou ainda “plataforma de *streaming*”, como referências a este novo modelo de plataforma, pode causar confusões quando, no diálogo, são inseridos termos como OTTs, VOD e tantos outros. Ainda que na linguagem informal todos possam se referir aos serviços oferecidos por empresas como *Netflix*, *Amazon Prime*, *Hulu* e *GloboPlay*, o termo “*streaming*” refere-se à tecnologia utilizada para o compartilhamento de dados e arquivos em geral. Dessa forma, neste artigo trabalharemos com o termo vídeo sob demanda (VOD) no intuito de deixar marcado o foco no setor audiovisual.

A relevância da pauta na agenda pública tem reverberado no expressivo aumento da produção acadêmica sobre VOD, em todas as suas temáticas e enfoques, estando a regulamentação inclusa nesse escopo. As investigações giram em torno das potencialidades e entraves que as regulamentações para os serviços VOD podem trazer para a organização da sociedade, o desenvolvimento da indústria audiovisual e a promoção da diversidade cultural.

Com o objetivo de compreender o estado da arte da produção acadêmica na área, identificando as principais abordagens e características, este artigo apresenta uma revisão de literatura sobre a regulação do vídeo sob demanda na Argentina, Brasil e Colômbia, no período de 2009 a 2019. O artigo está dividido em três partes, além desta introdução e da conclusão. A primeira apresenta o marco teórico. Em seguida, descreve-se as escolhas metodológicas feitas no processo e na composição do Portfólio Bibliográfico. Por último, são apresentadas as discussões e os resultados, indicando quatro principais temas que aparecem recorrentemente entre as produções científicas analisadas: a) regulação para novas tecnologias; b) entraves e potencialidades das regulamentações; c) diferenças entre a construção regulatória na Europa e na América Latina; e d) relação entre a regulamentação para o VOD e mercado e normativas para a TV Paga.

## **2. Marco teórico**

O debate sobre a regulação de conteúdos audiovisuais sob demanda está intimamente ligado a uma agenda anterior ao seu próprio surgimento, relacionando-se à construção regulatória dos serviços tradicionais do audiovisual como o cinema e a televisão por assinatura. Contudo, está conectado, principalmente, a bases teóricas que ressaltam as interdependentes dimensões cultural, econômica, tecnológica e política do setor audiovisual.

Para além dos aspectos artístico e identitários, centrais para as produções audiovisuais, o setor leva consigo um importante aspecto econômico. Através da troca de bens simbólicos, o audiovisual contribui para a geração de emprego e renda de milhões de trabalhadores, movimentando a economia de países e regiões. Um relatório da Ancine publicado em 2020, com dados de 2015 a 2018, aponta que o audiovisual é o quinto setor da indústria brasileira com o maior valor agregado, registrando R\$26,7 bilhões e superando as indústrias farmacêutica e têxtil (Ancine, 2020).

Diversos autores da tradição de estudos da Economia Política da Comunicação (EPC) analisam a produção cultural a partir de especificidades econômicas e políticas, ressaltando a importância de incluir nos estudos as relações de poder, a estratificação social e as condições de produção, distribuição e intercâmbio da produção cultural (Garnham, 1979; Golding, Murdock, 1981; Bolaño et al, 2009). Kátia Moraes *et al* (2017), defendem a utilidade da relação entre política e economia proposta pela EPC para analisar a atuação dos agentes do setor

audiovisual nos distintos momentos da cadeia produtiva. Ademais, ressaltam que a dinâmica entre os agentes econômicos, o Estado e suas instituições é o fator central para as condições de competitividade no mercado audiovisual internacional (Moraes et al, 2017). Dinâmica essa na qual o debate sobre marcos regulatórios torna-se indispensável.

A Economia Política da Comunicação também defende a dimensão moral da análise e o papel da pesquisa acadêmica sobre cultura como promotora de valores sociais como a democracia, a igualdade de direitos e o predomínio dos interesses da esfera pública em oposição aos interesses privados (Mosco, 1996). Entretanto, historicamente, os indicadores da cadeia produtiva do audiovisual sugerem tratar-se de um setor marcado pelas desigualdades e pelo controle do poder econômico e político por poucos grupos empresariais (Canedo, 2013). A adoção, em 2005, da Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais (UNESCO, 2006), foi um marco histórico de uma longa negociação sobre a liberalização do comércio internacional de produtos audiovisuais que começou em 1947. No cerne das discussões estavam dois grupos com posicionamentos opostos.

O grupo de países liderado pelos Estados Unidos defendia que o audiovisual deveria ser tratado pela Organização Mundial do Comércio (OMC) como qualquer outro produto comercial. Assim, o setor estaria submetido a regras de liberalização do comércio internacional que limitariam regulamentações e políticas nacionais de incentivo à produção, cotas de tela, cooperação regional, entre outras medidas. Já o grupo liderado pela França e pelo Brasil defendia a exceção cultural, acentuando o caráter específico da dualidade simbólica e econômica do audiovisual. O grupo defendia o direito dos países de desenvolverem normativas e políticas públicas, de modo a promover a produção nacional e limitar o controle hegemônico do mercado audiovisual. A ratificação da convenção por mais de 140 países sinalizou a importância de políticas e regulamentações como instrumentos garantidores de um adequado ambiente para a consolidação do exercício dos direitos culturais.

O debate sobre regulação, de outra forma, está inserido também a partir de um entendimento da cultura não somente como meio, mas também como fim das políticas para o desenvolvimento. Tal debate encontra forte reverberação nos escritos de autores como Celso Furtado (1961) e Amartya Sen (2000) que entendem o desenvolvimento de forma ampla, como capacitador das ações dos sujeitos e do aprimoramento das relações e condições sociais.

São reflexões que dão um passo além e percebem a cultura como elemento do sistema de relações políticas, econômicas e sociais entre os Estados centrais e periféricos do sistema internacional. Os escritos de Furtado (1961) sobre desenvolvimento na América Latina, por exemplo, se destacam por defender o fortalecimento da indústria nacional – onde o audiovisual certamente se encaixaria – atrelado ao debate sobre mimetismo cultural e desenvolvimento endógeno. Na visão do autor, a consolidação de uma identidade cultural

própria da periferia se caracteriza como elemento central para que inovações tecnológicas e políticas se deem a partir de especificidades e potencialidades do local (Rodrigues, 2009).

Inegavelmente, muitos dos entraves do setor audiovisual de países periféricos possuem íntima relação com fragilidades econômicas e políticas, resultantes da exploração colonial e de processos monopolistas por quais tais países passaram ao longo dos anos, e, mais recentemente, da dependência tecnológica. As vulnerabilidades das indústrias nacionais responsáveis pela produção de maquinário essencial para a produção audiovisual, incidem diretamente na necessidade de importação de equipamentos e tecnologias necessárias para o estabelecimento de uma cadeia produtiva consolidada. Assim, o cenário de dependência visualizado em outros setores econômicos da sociedade, que possuem forte amparo na indústria, é também identificado no setor audiovisual.

Néstor García Canclini (1995) entende essa situação como uma importante contradição a ser demarcada, uma vez que o contexto da produção ou distribuição não se repete quando pensamos no consumo de produtos audiovisuais. Para o autor, que em “Consumidores e Cidadãos” direciona seu olhar para a América Latina, os países da região são desenvolvidos no consumo, mas ainda em desenvolvimento nas outras etapas da cadeia produtiva do setor. Não por acaso, países como Argentina, Brasil e México são entendidos como grandes consumidores de produções audiovisuais e vistos como importantes mercados para os grandes conglomerados. Por outro lado, continuam enfrentando dificuldades para comercializar e exibir produções audiovisuais nos grandes mercados internacionais –e muitas vezes nos próprios mercados nacionais– tendo em vista a concorrência com produções advindas de indústrias já consolidadas.

### 3. Metodologia

A revisão de literatura é embasada na metodologia ProKnow-C (*Knowledge Development Process - Constructivist*), desenvolvida pelo Laboratório de Metodologias Multicritério em Apoio a Decisão (LabMCDA), da Universidade Federal de Santa Catarina (Ensslin, Ensslin, Lacerda, & Tasca, 2010). A metodologia prevê uma sequência de procedimentos que inclui a definição dos mecanismos de busca a serem utilizados; a filtragem e seleção do portfólio bibliográfico sobre o tema; a leitura e a análise dos trabalhos identificados. A seguir descreve-se a aplicação da metodologia, expondo as decisões tomadas para a construção de um portfólio bibliográfico sobre a regulação dos serviços de vídeo sob demanda.

A primeira etapa do processo prevê a definição de um conjunto de palavras-chave relacionadas desde o universo mais amplo do escopo da pesquisa até o mais específico. O termo *video on demand* foi escolhido pela permeabilidade nos

mecanismos de busca, mesmo no processo de busca de artigos em português e espanhol. No grupo intermediário constam os três países focos da pesquisa. As variações dos termos regulamentação e regulação, tanto para o português, quanto para o espanhol, foram escolhidas para o grupo específico, uma vez que trabalhos sobre o tema costumam utilizar os dois termos. A palavra-chave “*video on demand*” foi utilizada para a pesquisa, tanto de forma isolada, quanto a partir da combinação com cada um dos termos dos grupos intermediário e específico.

**Quadro 1:** Grupos de palavras-chave

Grupo Amplo	Grupo Intermediário	Grupo Específico
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Video on demand</i></li> <li>• <i>Video sob demanda</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Argentina</li> <li>• Brasil</li> <li>• Colômbia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• regulação</li> <li>• regulamentação</li> <li>• reglamento</li> <li>• regulación</li> </ul>

Fonte: Elaboração própria, 2020.

Feita a escolha das palavras-chave, a próxima etapa é a definição das bases de pesquisa que serão utilizadas na busca dos trabalhos. Foram selecionadas algumas bases de dados a partir da relevância acadêmica e da adequabilidade com o tema em questão. Assim, optou-se por considerar o Catálogo de Teses e Dissertações da Capes, a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), o Portal de Periódicos Capes, o Google Acadêmico e a base SSRN. A pesquisa foi realizada buscando arquivos publicados no período de 10 anos (2009-2019) e que contivessem os termos de busca no título, resumo ou nas palavras-chave das publicações. Como resultado, foram identificados 2274 trabalhos que compuseram o Banco de Materiais Brutos (BMB), base de dados que agrega todas as publicações coletadas nesta etapa da pesquisa.

**Quadro 2:** Quantidade de trabalhos científicos encontrados nas bases de dados

Bases de Dados	Publicações
Catálogo de Teses e Dissertações Capes	43
BDTD	55
Portal de Periódicos Capes	528
Google Acadêmico	1612
SSRN	36
TOTAL	2274

Fonte: Elaboração própria, 2020.

A etapa seguinte envolve a filtragem do Banco de Materiais Brutos para a seleção de publicações disponíveis, com aderência ao tema da pesquisa e relevantes cientificamente. O primeiro passo consiste na leitura de títulos

e resumos para identificação e exclusão das publicações repetidas. Das 2274 publicações, 1072 eram redundantes e foram excluídas, restando 1202 documentos no BMB, aproximadamente 52% dos arquivos encontrados inicialmente. Na etapa seguinte, foram selecionadas publicações de diversos campos dos saberes que possuem relação mais ampla com a questão dos serviços de VOD. São textos da área de ciências exatas, como engenharias e ciências da comunicação, que se debruçam sobre aspectos técnicos e estruturais do aparato tecnológico do VOD, bem como trabalhos de comunicação social e estudos culturais, sem um olhar direto à temática da regulação. Ao fim dos dois processos, restaram 74 publicações no BMB.

Em seguida, foi realizado o reconhecimento da relevância científica a partir do número de citações das publicações. O processo foi feito a partir da pesquisa de cada arquivo no Google Acadêmico, uma vez que a plataforma possui ferramenta para o levantamento do número de citações de cada publicação. Seguindo a metodologia ProKnow-C, utilizou-se o ponto de corte de 85%, índice sugerido para identificar as publicações relevantes. Dessa forma, foram selecionados 28 trabalhos, correspondente a 37% dos arquivos do BMB, e 46 ficaram abaixo do ponto de corte. Na próxima etapa, foi feita a leitura dos resumos, a fim de verificar a adequação dos trabalhos com o tema da pesquisa. Após esse processo, das 28 publicações que ficaram acima do ponto de corte, 14 foram excluídas, restando outras 14.

As 46 publicações com citações abaixo do ponto de corte foram submetidas a dois processos de filtragem para determinar a permanência no BMB. Primeiramente, observou-se a data de publicação dos artigos, mantendo os trabalhos publicados de 2017 a 2019. Assim, 11 publicações foram excluídas e 35 foram mantidas. Os documentos que permaneceram foram submetidos à leitura dos resumos. Destes, 18 foram mantidos por terem aproximação com o tema.

Após as etapas dos processos de filtragem descritas anteriormente, restaram 32 documentos: 14 com citações acima do ponto de corte e 18 abaixo do ponto de corte estabelecido para o reconhecimento da relevância científica. É importante destacar que neste trabalho foram feitas adaptações da metodologia, dando preferência às publicações que possuem relação direta com o tema da pesquisa em relação ao critério do número de citações, uma vez que esse é um dentre muitos critérios para identificar a relevância de uma publicação científica, principalmente na área de comunicação e cultura.

Posteriormente, foi identificada a disponibilidade integral e gratuita dos documentos, o que resultou na exclusão de oito arquivos. Os 24 documentos restantes foram lidos integralmente e nove foram excluídos pelo baixo alinhamento com o tema da pesquisa. Os 15 documentos selecionados compõem o Portfólio Bibliográfico, grupo que serve de referência no levantamento do estado da arte da regulação do vídeo sob demanda na América do Sul. Estes se dividem em 11 artigos, 2 relatórios e 2 dissertações.

Além dessas 15 publicações, foi incluído também o relatório “*Obligations on on-demand audiovisual media services providers to financially contribute to the production of European works: an analysis of European Member States practices*”, desenvolvido pelo Centro de Estudos em Mídia, Inovação e Tecnologia (SMIT, na sigla original), vinculado à Universidade Livre de Bruxelas. A inclusão deste relatório foi feita pela relevância da pesquisa realizada

Por fim, cabe destacar que este texto não possui a pretensão de realizar um levantamento definitivo sobre as produções referentes à regulamentação do VOD na América do Sul. O artigo apresenta uma revisão de literatura a partir de recorte específico, conforme as escolhas metodológicas que descrevemos anteriormente, gerando, conseqüentemente, a possibilidade de exclusão de textos considerados relevantes para o tema em questão.

### Quadro 3: Portfólio bibliográfico

N	Tipo	Título	Autores	Local de Publicação	Ano	Citações
1	Artigo	Video on demand services in Latin America: trends and challenges towards access, concentration and regulation	Ezequiel Rivero, Mariela Baladron	<i>Journal of Digital Media &amp; Policy</i>	2019	2
2	Artigo	Redes de imbróglis: a regulação do streaming no Brasil e suas ambigüidades	João Martins Ladeira, Leonardo de Marchi	<i>CONTRACAMPO - Brazilian Journal of Communication</i>	2019	0
3	Artigo	Analisando a CIDE-CONDECINE licença a partir das conseqüências da sua incidência no segmento de vídeo por deanda programado (VOD-NETFLIX)	Vinícius Alves Portela Martins	Revista de Finanças Públicas, Tributação e Desenvolvimento	2018	0
4	Dissertação	Propuesta regulatoria para las plataformas OTT de contenidos audiovisuales en Colombia	Héctor Iván Piraján Aranguren	<i>Repositório Universidad Santo Tomas</i>	2018	0
5	Relatório	Obligations on on-demand audiovisual media services providers to financially contribute to the production of European works: an analysis of European Member States practices	Karen Donders, Tim Raats, Marlen Komorowski, Ivana Kostovska, Stephanie Tintel, Catalina Iordache	<i>Studies in Media, Innovation and Technology</i>	2018	6
6	Artigo	VOD: o bom e velho mercado de vídeo doméstico	Gabriel Fliege de Lucena Stuckert	Revista Geminis	2017	2
7	Artigo	Regulação e novas tecnologias: verticalização das OTTs de vídeo	Carlos Emmanuel Joppert Ragazzo, Isabel Cristina Veloso de Oliveira	Revista da Faculdade de Direito da UFRGS	2017	0

8	Artigo	Por que, quando e como regular as novas tecnologias? Os desafios trazidos pelas inovações disruptivas	Clara Iglesias Keller, Patrícia Baptista	RDA – Revista de Direito Administrativo	2016	11
9	Artigo	Vídeo sob demanda: uma nova plataforma televisiva	Dario Mesquita, João Carlos Massarolo	Anais - XXV Encontro Anual da Compós	2016	10
10	Dissertação	A Lei da TV Paga: impactos no mercado audiovisual	Heverton Souza Lima	Biblioteca Digital USP	2015	13
11	Artigo	The Television Struggle: An Assessment of Over-the-Top Television Evolutions in a Cable Dominant Market	Bastian Baccarne, Dimitri Schurmann, Tom Evens	Communications & Strategies Journal	2014	36
12	Artigo	Problemas na Definição Legal Brasileira de TV Sob Demanda Via Internet.	Dalila Alves Corrêa, Glauco Madeira de Toledo, Willian Machado de Andrade	Revista Geminis	2013	3
13	Artigo	Supervising Managed Services	James B. Speta	<i>Duke Law Journal</i>	2011	13
14	Relatório	Un modelo institucional para la regulación en materia de convergencia tecnológica en América Latina	René Bustillo	CEPAL - Colección Documentos de Proyectos	2011	8
15	Artigo	Co-Regulation, Video-on-Demand and the Legal Status of Audio-Visual Media	Daithi Sithigh	<i>International Journal of Digital Television</i>	2011	7
16	Relatório	Perspectivas de las tecnologías de telecomunicaciones y sus implicancias en los mercados y marcos regulatorios en los países de América Latina y el Caribe	Omar de León	CEPAL - Colección Documentos de Proyectos	2009	14

Fonte: Elaboração própria, 2020.

#### 4. Discussão e resultados

O primeiro ponto a ser destacado refere-se ao intervalo temporal. Sete trabalhos foram publicados entre 2017-2019, demonstrando o crescimento da produção acadêmica sobre a regulação do VOD nos últimos anos. No recorte temporal, se ressalta que 2011 concentra três dos 16 trabalhos analisados, período que coincide com o início da popularização dos serviços de VOD na América Latina.

A maior parte dos trabalhos foram publicados na área de Comunicação (9), seguida por Direito (3). Destacam-se a *Revista Geminis*, periódico vinculado ao Programa de Pós Graduação em Imagem e Som da Universidade Federal de São Carlos, e a *Coleção de Documentos de Projetos* da Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL).

A partir da análise dos textos, foram identificados e sistematizados quatro pontos principais que identificam o estado da arte da produção acadêmica sobre a regulação dos serviços de vídeo sob demanda na Argentina, no Brasil e na Colômbia: a) regulação para novas tecnologias; b) entraves e potencialidades das regulamentações; c) diferenças entre a construção regulatória na Europa e na América Latina; e d) relação entre a regulamentação para o VOD e mercado e normativas para a TV Paga.

#### 4.1 Regulação para novas tecnologias

A revisão de literatura identificou que a regulação para a comunicação audiovisual sob demanda está inserida em uma agenda mais ampla, referente à regulação para as novas tecnologias. Além de destacar o papel do Estado, os autores também ressaltam que os atores e relações estabelecidas no contexto internacional são centrais no processo de elaboração dos marcos regulatórios.

Para além da regulação dos serviços de VOD, os textos de Speta (2011), Baptista e Keller (2016); Sithigh (2011) e Baladrón e Rivero (2019) abordam a regulação das novas tecnologias de um modo geral. Os autores ressaltam a rápida evolução das transformações nas quais esses serviços e tecnologias estão inseridos e a tendência de se elaborar regulamentações baseadas em experiências anteriores. Os dois cenários são apontados como caminhos problemáticos que podem levar ao travamento de processos e a instrumentos regulatórios ineficazes.

Baptista & Keller (2016) propõem uma tipologia das relações entre Estado e sociedade civil que surgem a partir da criação e operacionalização de um instrumento regulatório para novas tecnologias. As relações são classificadas de acordo com a) equivalência; b) instrumentalidade; c) incentivo; e d) normatização. O trabalho resalta as formas nas quais o Estado pode se relacionar com o surgimento de novas tecnologias através da regulamentação, atuando, por exemplo, como estimulador da inovação tecnológica e regulador das dinâmicas de mercado. Ao direcionarem seus olhares para a eficiência da regulamentação destes novos serviços, as autoras se baseiam em conceitos como “inovação disruptiva”<sup>2</sup> e “desconexão regulatória”<sup>3</sup>. O estudo oferece subsídios para debater as formas nas quais o VOD se aproxima ou distancia de outros serviços que possuem o ambiente digital como lócus de operação.

No que concerne ao papel de organizador das dinâmicas de mercado, o Estado atua no combate às práticas de monopólio desempenhadas por grandes corporações internacionais. A relação entre estes atores do sistema internacional

2 Baptista e Keller incorporam a definição de Nathan Cortez em *“Regulating disruptive innovations”*: “Uma inovação disruptiva ocorre quando for capaz de enfraquecer ou, eventualmente, de substituir indústrias, empresas ou produtos estabelecidos no mercado”. (CORTEZ, 2014 apud BATISTA & KELLER, 2016, p. 130)

3 “Desconexão regulatória” é incorporado no texto das autoras a partir da aplicação do termo por Brownsword e Goodwin (2012) referindo-se a “quando, de tempos em tempos, surge a necessidade de reconexão entre o arcabouço regulatório e o panorama geral de mercado”. (BATISTA & KELLER, 2016, p. 139)

no processo de incorporação de inovações tecnológicas são cruciais para o desenvolvimento de normativas e políticas nacionais. É nesse sentido que James Speta (2011) chama a atenção para o cuidado necessário no alinhamento entre os objetivos dos marcos regulatórios e as tendências mercadológicas, sobretudo para que tais instrumentos atuem como promotores e não como freios para a inovação.

Os serviços *over the top* reverberam em suas discussões regulatórias não apenas especificidades do setor de telecomunicações e audiovisual, mas também do setor de tecnologia como um todo. A alta velocidade de mudança que as inovações tecnológicas impõem às estruturas sociais e econômicas de todos os países do globo, pede um alinhamento entre as mais diversas esferas que compõem a sociedade para a elaboração dos marcos regulatórios.

#### **4.2 Entraves e potencialidades da regulamentação do vídeo sob demanda**

Um olhar atento acerca da construção de regulamentação para novas tecnologias e plataformas de áreas diversas é potente elemento para o aprofundamento da discussão regulatória específica para os serviços OTTs nos países da América Latina. Apesar das distinções nas estruturas social, econômica e política, os países latino-americanos compartilham um histórico de colonização e exploração que os relegou à condição de países periféricos do sistema internacional e influenciou diretamente no atraso do processo desenvolvimentista.

Nesse sentido, o segundo ponto de abordagem são as potencialidades e entraves que a regulamentação para o vídeo sob demanda traria aos países e consumidores da região. Este é um argumento transversal a quase todas as publicações analisadas. São argumentos que dialogam com pautas sobre diversidade cultural, desenvolvimento de tecnologias e serviços, acesso a cultura e fortalecimento e manutenção de novos e velhos modelos de negócios.

Grande parte dos argumentos colocados por grupos favoráveis à regulamentação do VOD compartilham a narrativa da necessidade de normativa para esses serviços como garantia da execução de obrigações estabelecidas em instrumentos regulatórios anteriores do audiovisual. A exemplo pode-se citar contribuições para fundos de financiamento à produção nacional - como o Condecine, no Brasil, e o cumprimento da cota de telas para a exibição de produções nacionais. Tais encargos já são exigidos de serviços como TVs por assinatura, mas ainda não estão definidos no caso do VOD.

O estabelecimento de regulamentação para estes novos serviços é visto por autores como Massarolo & Mesquita (2016) e Martins (2018) como importantes para a consolidação de instrumentos de fomento à cultura nacional e controle do monopólio de indústrias estrangeiras do setor audiovisual. No epicentro da questão está a discussão sobre eficiência e eficácia da atualização das normativas já existentes ou a criação de novas que tenham como objeto os serviços OTTs.

Baladrón & Rivero (2019) destacam o contexto neoliberal no qual grande parte dos países latino americanos estavam inseridos durante a emergência das tecnologias digitais. Para os autores, essa relação resultou em uma ideia de conexão automática entre tecnologias digitais e diversidade cultural. Ideia essa que posteriormente não se provou verdadeira, principalmente a partir de análises sobre o importante papel do Estado como regulador de questões sociais como pluralismo, diversidade, interconexão e acesso (IOSIFIDIS, 2016 & BALADRÓN & RIVERO, 2019, p. 112).

Todavia, a atuação estatal na regulamentação enfrenta resistência baseada na justificativa de prejuízo à inovação tecnológica. Destaca-se na revisão de literatura que o recolhimento de impostos e taxas são indicados por grandes empresas como inibidores de novos investimentos nacionais e estrangeiros, reduzindo as oportunidades de inovação no setor.

O diálogo entre as instâncias do Estado, responsáveis pela construção regulatória, e do mercado, responsáveis pela operação destas novas tecnologias, é essencial para uma regulamentação que supere os entraves colocados pelos autores. Essa aproximação se faz ainda mais necessária no cenário de rápida evolução das tecnologias e de seus modos de operação. O afastamento entre as duas instâncias pode resultar em entraves burocráticos e operacionais, responsáveis por instrumentos ineficazes e que não cumprem seus objetivos sociais. De modo mais grave, pode ainda contribuir para o agravamento na defasagem de países periféricos na incorporação de novas tecnologias digitais, sobretudo para as telecomunicações.

A alta probabilidade de que uma regulamentação seja criada com defasagem em sua operacionalização ressalta a importância de que a estrutura regulatória para o audiovisual esteja centrada em conteúdo e consumo, e não necessariamente na estrutura tecnológica, como é percebido no caso brasileiro. Esse argumento é trabalhado por Andrade *et al* (2013), baseado nas reflexões de Eli Noam (2008) a partir do contexto canadense, no qual

percebe-se que a tentativa de definição canadense das novas tecnologias audiovisuais em contexto regulatório aborda a TV não a partir, exclusivamente, de seus métodos e técnicas de transmissão (a cabo ou satélite), mas também por suas características de utilização pelo público. (Andrade et al, 2013, p. 118)

Pensar a regulamentação a partir destes termos não quer dizer, contudo, que a estrutura tecnológica não seja importante para a elaboração de marcos regulatórios. Entretanto, um foco a partir do conteúdo distribuído e suas formas de consumo pode resultar em regulamentações mais duradouras, sem necessidade de revisão a cada atualização tecnológica.

### 4.3 Diferenças entre a construção regulatória na Europa e na América Latina

A elaboração de instrumentos regulatórios para os serviços OTTs é uma ação que vem sendo desempenhada em diversas partes do globo, com diferentes níveis de amadurecimento e abordagens. Alguns trabalhos do Portfólio Bibliográfico investigam os processos de regulamentação em desenvolvimento na Europa e as mudanças trazidas pelo VOD para o mercado audiovisual. O paralelo entre os contextos sul-americano e europeu é importante, pois identificar as experiências de diferentes regiões pode resultar em um potente material para o aprofundamento das discussões regulatórias.

Os trabalhos de León (2009) e Bustillo (2011), desenvolvidos no âmbito da CEPAL, e financiados com recursos da União Europeia, são investigações que temporalmente convergem com a explosão e a popularização dos serviços de vídeo sob demanda e o consequente início dos debates sobre regulamentação. A ligação entre estes estudos e o financiamento europeu pode indicar o estímulo a pesquisas nesta área, focadas na América Latina, para a construção de conhecimento científico sobre um processo ainda incipiente naquele momento.

O relatório da pesquisa desenvolvida pelo SMIT (Donders et al, 2018) é importante de ser destacado aqui. Ainda que o foco do trabalho dos pesquisadores da universidade belga se direcione para a experiência de regulamentação dos países da União Europeia, destaca-se as experiências de Argentina, Brasil e Colômbia como países sul-americanos que estão construindo instrumentos regulatórios para o audiovisual.

Como exemplo de características que se destacam na experiência da Europa pode-se sinalizar a inegável importância de instituições supranacionais do bloco europeu, como o Observatório Europeu do Audiovisual e o Diretório Geral para Comunicações, para o estabelecimento de pautas referentes às telecomunicações e ao audiovisual na agenda regional e nacional dos países membros. A convergência da discussão no contexto interno e supranacional da União Europeia para a construção de normativas são pontos diferenciais quando comparados com os países da América do Sul, que não possuem órgãos supranacionais do audiovisual altamente institucionalizados (Canedo, 2013). Nesse sentido, Sithigh (2011) realça que a co-regulação entre países a partir do ambiente supranacional é um fator de fortalecimento do debate se trabalhado a partir do diálogo com normas nacionais e a auto-regulação do próprio setor. Assim como a construção da regulamentação para o VOD na UE pode estar relacionada à existência desses órgãos, a ausência e fragilidade na América Latina pode explicar a aparente inconstância do processo.

Tanto na Europa, quanto na América Latina, o surgimento dos serviços de vídeo sob demanda trouxe novos paradigmas para o consumo de vídeo doméstico e suscitou debates sobre sua relação com as formas tradicionais de exibição, sobretudo a TV por assinatura. Nesse sentido, uma regulamentação para estes distintos modelos deveria levar em consideração que, como afirma

Baccarne, Evens e Schuurman (2014), não se tratam de serviços diametralmente opostos, mas sim complementares.

#### **4.4 Relação entre VOD e TV por assinatura**

A íntima relação entre o vídeo sob demanda e a TV por assinatura para o tema da regulamentação é evidenciada na revisão de literatura a partir de diversas perspectivas, com destaque para duas principais abordagens.

A primeira analisa a regulamentação como ferramenta necessária para a organização da competição entre os serviços de VOD e da TV por assinatura. A emergência dos novos serviços para o audiovisual é constantemente atrelada à redução dos usuários da TV por assinatura, apontada como possível causa da crise deste setor. Todavia, esse é um debate aberto, uma vez que os especialistas se dividem entre os que acreditam em um impacto direto e contundente do VOD para o setor da TV tradicional, enquanto outros defendem um efeito limitado do fenômeno do VOD sobre a aparente crise que atinge a televisão por assinatura nos últimos anos (Banejee et al, 2012 & Baccarne et al, 2014).

Baccarne et al (2014) argumenta que o preço da assinatura se coloca como fator determinante para a escolha do serviço contratado, mas não é o único elemento levado em consideração pelos usuários. A necessidade de conexão à internet e até mesmo a tela em que o consumo será feito são elementos que influenciam diretamente na escolha entre VOD e TV por assinatura. Nesse sentido, a depender da faixa de renda, a escolha pelo VOD não necessariamente funciona como substituto ao modelo de exibição linear das televisões, mas sim como complementar.

A questão financeira é o segundo argumento de destaque, uma vez que é um dos pontos centrais das considerações das empresas de TV por assinatura sobre a regulamentação. Constantemente, tais empresas afirmam que as obrigações, sobretudo tributárias, presentes nos instrumentos regulatórios, reverberam no valor repassado aos usuários e constroem novos investimentos para a área. Por outro lado, a falta de normativas claras para os serviços OTTs, abrindo possibilidade de manobras para fugir da regulamentação, facilitaria a oferta de serviços a um menor preço e, conseqüentemente, em uma concorrência desleal. A construção de regulamentação para os serviços de vídeo sob demanda ou até mesmo a flexibilização das obrigações impostas à TV por assinatura é comumente indicada como a resolução para este imbróglio.

Como percebido nos textos de Martins (2018), Ladeira & Marchi (2019), Lima (2015) e Aranguren (2018), as obrigações tributárias se apresentam como o grande “calcanhar de Aquiles” da regulamentação. Alguns autores defendem que o problema não está na tributação em si, mas na forma como os instrumentos vêm sendo administrados e empenhados. Uma possível revisão dos instrumentos não significaria necessariamente o enfraquecimento das obrigações para o setor, mas poderia refletir no aumento da eficiência e na

consecução dos objetivos pretendidos. Segundo Aranguren (2018, p. 145), no caso colombiano, existe uma base sólida em normativas anteriores do setor audiovisual, capaz de auxiliar a revisão de normativas para a TV por assinatura e a criação de uma nova normativa que regule os serviços de VOD, priorizando o usuário final, e coerente com as recomendações de órgãos internacionais especializados.

## 5. Conclusão

O ambiente digital tem se tornado central para a área cultural, incidindo diretamente nas dinâmicas dos diferentes elos da cadeia produtiva do setor, passando pela produção, distribuição e consumo. Segundo dados do Sistema de Informações e Indicadores Culturais (SIIC) 2007-2018, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), 59,9% dos gastos das famílias brasileiras com cultura acontece no ambiente digital, através do grupo “Serviço por telefonia, TV por assinatura e internet” (IBGE, 2019).

O consumo de conteúdo audiovisual é elemento representativo da importância do ambiente digital para a cultura, tornando-se ainda mais evidente no contexto da pandemia do coronavírus. No epicentro do fenômeno estão os serviços de vídeo sob demanda com todas as inovações e novos paradigmas que surgiram nesta toada. Ainda assim, como defendido por Stuckert (2017, p. 12), o VOD pode ser entendido como uma “nova forma de prestar um velho serviço que faz parte de um ‘antigo’ segmento: o mercado de vídeo doméstico”. Neste sentido, sua relação com a TV por assinatura não se dá somente através da concorrência, mas também pela complementaridade, sendo uma forma de exibição e consumo que se soma às formas tradicionais da cadeia do audiovisual. Não se trata então de uma substituição, mas sim de transformações para o setor.

A questão da regulamentação direcionada ao VOD é um debate transversal que envolve os diferentes pontos abordados durante este texto: refere-se ao processo de inovação tecnológica, abarcando outras áreas para além do audiovisual; traz à tona a discussão sobre as obrigações regulatórias para os serviços tradicionais do setor; assim como também supera limites geográficos uma vez que, apesar das especificidades de cada país e região, é um fenômeno identificado em várias partes do globo. Olhar para essas diferentes experiências é se valer de uma visão panorâmica que pode auxiliar a superação de entraves a partir da identificação de boas práticas e equívocos a serem evitados.

Através de uma revisão de literatura, o artigo destacou o estado da arte sobre a regulação para o vídeo sob demanda a fim de identificar tópicos consonantes entre os trabalhos que compuseram o Portfólio Bibliográfico e que possam auxiliar o entendimento sobre este tema que tem ganhado cada vez mais relevância não só para o audiovisual, mas para o setor cultural como um todo.

## Referências

- Ancine. Audiovisual brasileiro gerou R\$26,7 bilhões à economia do país. 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/assuntos/noticias/audiovisual-brasileiro-gerou-r-26-7-bilhoes-a-economia-do-pais>. Acesso em: 28 fev. 2021.
- Andrade, Wiliam M; Toledo, Gabriel m.; Corrêa, Dalila.A. Problemas na Definição Legal Brasileira de TV Sob Demanda Via Internet. *Revista Geminis*, São Carlos, v. 4, n. 1, p.108-126, jan/jun. 2013.
- Aranguren, Héctor I. P. *Propuesta regulatoria para las plataformas de contenidos audiovisuales en Colombia*. In: *Repositorio Universidad Santo Tomas*. Disponível em: <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/15374>. Acesso em: 18 dez. 2019.
- Baccarne, Bastian; Evens, Tom; Schuurman, Dimitri. *The television struggle: An assessment of over-the-top television evolutions in a cable dominant marke*. In: *Communications & Strategies*, n. 92, pp. 43-61, 2013. Disponível em: [https://papers.ssrn.com/soL3/papers.cfm?abstract\\_id=2473955](https://papers.ssrn.com/soL3/papers.cfm?abstract_id=2473955). Acesso em: 03 jan. 2020.
- Baladron, Mariela; Rivero, Ezequiel. *Video on deman services in Latin America: Trend and challenges towards access, concentration and regulation*. In: *Journal of Digital Media & Policy*, v. 10, n. 1, pp. 109-126, 2019.
- Baptista, p.; Keller, Clara I. Por que, quando e como regular as novas tecnologias? Os desafios trazidos pelas inovações disruptivas. In: *RDA – Revista de Direito Administrativo*, Rio de Janeiro, v. 273, p. 123-163, set./dez. 2016
- Bolaño, César; Manso, Anna Carolina. Para uma economia política do audiovisual brasileiro. Cinema, televisão e o novo modelo de regulação da produção cultural. In: MELEIRO, Alessandra (org). *Cinema e Economia da Cultura. Indústria Cinematográfica e Audiovisual Brasileira*. Vol. II. São Paulo: Escrituras, 2009.
- Brownsword, Roger; Goodwin, Morag. *Law and the Technologies of the Twenty-first Century: Text and Materials*. Cambridge University Press, 2012.
- Bustillo, René. *Un modelo institucional para lá regulación en materia de connvergencia tecnológica en América Latina*. In: *Colección Documentos de Proyectos - CEPAL*, Santiago, Chile, 2011. Disponível em: <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/3916>. Acesso em: 11 nov. 2019.
- Canedo, D. P. Todos contra Hollywood? Políticas, Redes e Fluxos do Espaço Cinematográfico do Mercosul e a Cooperação com a União Europeia. Universidade Federal da Bahia. Faculdade de Comunicação. Tese de Doutorado (Pós-Cultura). Salvador-BA, 2013.
- CISCO. Cisco prevê mais tráfego IP nos próximos cinco anos do que em toda a história da Internet. Cisco, 2018. Disponível em: [https://www.cisco.com/c/pt\\_pt/about/press/news-archive-2018/20181127.html](https://www.cisco.com/c/pt_pt/about/press/news-archive-2018/20181127.html). Acesso em: 18 dez. 2019.
- Cortez, Nathan. *Regulating disruptive innovation*. *Berkeley Technology Law Journal*, Berkeley, n. 29, p. 175-228, 2014.
- Donders, Karen. et al. Obligations on on-demand audiovisual media services providers to financially contribute to the production of European works: An analysis of European member states' practices. Brussels: Vrije Universiteit Brussel, 2018.
- Ensslin, Leonardo, Ensslin, S. R., Lacerda, & Tasca, 2010. ProKnow-C, Knowledge Development Process- Constructivist. Processo técnico com patente de registro pendente junto ao INPI. Brasil.
- Furtado, Celso. *Desenvolvimento e subdesenvolvimento*. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

- GARNHAM, Nicholas. Contribution to a political economy of mass media. In: GARNHAM, Nicholas (Ed.). *Capitalism and communication*. Londres: Sage, 1979.
- Golding, Peter; Murdock, Graham (Org.) *The Political Economy of the Media*. 2 v. Leicestershire: Edgar Elgar Publisher, 1981.
- Ladeira, João M.; Marchi, Leonardo. Redes de Imbróglis: a regulação do streaming no Brasil e suas ambiguidades. In: *Contracampo*, Niterói, v. 38, n.3, p. 68-79. 2019.
- León, Omar de. *Perspectivas de las tecnologías de telecomunicaciones y sus implicancias en los mercados y marcos regulatorios en los países de América Latina y el Caribe*. In: *Colección Documentos de Proyectos - CEPAL*. Santiago, Chile, 2009. Disponível em: <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/3728>. Acesso em 11 nov. 2019.
- Lima, Heverton S. A lei da tv paga: impactos no mercado audiovisual. 2015, 162f. Dissertação de Mestrado - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015. In: Biblioteca Digital USP. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27161/tde-26062015-162615/en.php>. Acesso em: 15 nov. 2019.
- Martins, Vinícius A. P. Analisando a CIDE-CONDECINE licença a partir das consequências da sua incidência no segmento de vídeo por demanda programado (VOD - NETFLIX). In: *Revista de Finanças Públicas, Tributação e Desenvolvimento*, Rio de Janeiro, v. 6, n. 6, 2018.
- Massarolo, João C.; Mesquita, Dario. Vídeo sob Demanda: uma nova plataforma televisiva. In: XXV ENCONTRO ANUAL DA COMPOS, 25, 2016, Goiânia. Estudos da Televisão. Goiânia: 2016. p. 1 - 24.
- Morais, Kátia; Jambeiro, Othon; Ferreira, Fábio. O audiovisual no campo da economia política da comunicação: abordagens, métodos e notas para uma agenda de pesquisa. *Revista Extraprensa*, v. 10, n. 2, p. 04-23, 2017. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/121975/130487>. Acesso em: 06 ago. 2021.
- Mosco, Vicent. *The Political Economy of Communication. Rethinking and Renewal*. Londres: Sage Publications, 1996, 307 p.
- Noam, Eli. *TV or Not TV: Three Screens, One Regulation?* In Canadian Radio-television and Telecommunications Commission. Disponível em: <<http://www.crtc.gc.ca/eng/media/noam2008.htm#toc4>>. Acesso em: 15 abr 2020.
- ragazzo, carlos e. j.; oliveira, isabel C. V. de. Regulação e novas tecnologias: o caso das OTTs de vídeo. In: *Revista da Faculdade de Direito da UFRGS, Porto Alegre*, n. 37, p. 200-2018, 2017.
- Sen, Amartya. *Desenvolvimento como liberdade*. Tradução Laura Teixeira Motta. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- Sithigh, Daithi M. *Co-regulation, video on demand and the legal status of audio visual media*. In: *International Journal of Digital Television*, vol. 2, n. 1, pp. 51-68, 2011. Disponível em: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1728664](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1728664). Acesso em 03 jan. 2020.
- Speta, James B. *Supervising managed services*. In: *Duke Law Journal*, vol. 60, n. 8, 2011. Disponível em: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1837669##](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1837669##). Acesso em: 03 jan. 2020.
- Stuckert, Gabriel F. de L. VOD: o bom e velho mercado de vídeo doméstico. *Revista Geminis, São Carlos*, v. 8, n. 2, p. 04-15, 29 ago. 2017.
- UNESCO. *Convenção sobre a proteção e a promoção da diversidade das expressões culturais*. 2006. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001502/150224POR.pdf>>. Acesso em: 15 de out. 2019.

**Ampliação do consumo cultural no ambiente digital:  
vídeo sob demanda, diversidade cultural e acesso à cultura**

*The increasing of cultural consumption in the digital environment:  
video on demand, cultural diversity and access to culture*

Luiz Gustavo Santana CAMPOS<sup>1</sup>  
Daniele Pereira CANEDO<sup>2</sup>

**Resumo**

O ano de 2020 foi fortemente marcado pela pandemia da COVID-19 e em um contexto em que foi necessário manter-se dentro de casa, o consumo cultural se deslocou inteiramente para o ambiente doméstico, catalisando o processo de aumento do consumo cultural no ambiente digital. Os serviços de vídeo sob demanda se caracterizaram como um segmento com especial importância neste fenômeno, atingindo altos índices de assinaturas e acessos em todo o mundo. Neste sentido, o texto busca apresentar dados sobre o aumento do consumo de vídeo, a relação destes serviços com a diversidade cultural nas produções audiovisuais e os meios nos quais este consumo ocorre no Brasil, olhando para dados sobre internet e acesso aos diferentes dispositivos, para propor uma análise sobre consumo cultural no ambiente digital.

**Palavras-chave:** Audiovisual. Cultura digital. Vídeo sob demanda.

**Abstract**

The year 2020 was strongly marked by the COVID-19 pandemic. Due to a context in which it was necessary to remain at home, cultural consumption shifted entirely to the domestic environment, catalyzing the process of increasing digital cultural consumption. Video-on-demand services have been characterized as a relevant segment, reaching high rates of subscriptions and access worldwide. In this sense, this paper seeks to present data on the increase in video consumption, the relationship of these services with cultural diversity in audiovisual productions, and the means in which this consumption occurs in Brazil, looking at the data on the Internet access from different devices, to propose an analysis of cultural consumption in the digital environment.

**Keywords:** Audiovisual. Digital Culture. Video-on-demand.

---

<sup>1</sup>Mestrando no Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal da Bahia (Pós-Cultura/UFBA). Pesquisador do Observatório da Economia Criativa da Bahia (OBEC-BA). E-mail: lugsc@gmail.com

<sup>2</sup> Doutorado em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Professora da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia e Coordenadora do Observatório da Economia Criativa da Bahia. E-mail: danielecanedo@ufrb.edu.br

## Introdução

As inovações tecnológicas e as dinâmicas sociais sempre estiveram em constante diálogo, sendo responsáveis pela adaptação de modelos sociais e pelo surgimento de inovações disruptivas. Nos últimos anos esse diálogo foi particularmente intenso na área da comunicação, fazendo com que aparelhos e tecnologias extrapolassem os limites da comunicação e passassem a ser centrais para o desenvolvimento de atividades e direitos básicos ao exercício digno da cidadania. Importância esta que foi ainda mais perceptível a partir de 2020 com a pandemia de COVID-19, num contexto em que as medidas de distanciamento e isolamento social evidenciaram o papel central do ambiente digital para a mínima continuidade da dinâmica social no século XXI. Para além da utilização convencional, a internet se apresentou como elemento essencial para as atividades escolares, trabalhistas dos mais diversos setores, assim como para o consumo cultural.

Ainda que os efeitos da pandemia tenham sido irrestritos, pode-se dizer que o setor cultural sentiu os impactos da crise sanitária de maneira especial, uma vez que muitas das atividades artísticas, culturais e criativas se valem da aglomeração e do encontro presencial para uma experiência completa. Embora os trabalhadores da cultura não tenham interrompido totalmente as atividades, pode-se dizer que a cultura foi a primeira a parar e será a última que retomará de maneira integral suas atividades (CANEDO et al, 2020). Em um contexto de fechamento de qualquer ambiente propício à aglomeração, o ambiente digital se constituiu como espaço último para que a fruição e consumo cultural pudesse continuar, mesmo diante da excepcionalidade.

Ao falarmos do crescimento no consumo de mídia digital alavancado pelo contexto pandêmico, é necessário destacar a participação dos conteúdos em vídeo neste bolo que vêm crescendo exponencialmente e aponta para o alcance de índices ainda maiores. Dados da Kantar Ibope Media (2020) indicam que 80% dos brasileiros conectados à internet consomem vídeos online gratuitos, índice bem acima da média mundial, responsável por 65%. Este crescimento resulta da participação de plataformas já centrais como o YouTube; e de redes sociais como Facebook, Instagram e WhatsApp que passaram a investir em dinâmicas que estimulam o compartilhamento e consumo de vídeos; bem como pelo surgimento de novos aplicativos como o TikTok e, certamente, pela importante participação dos serviços de vídeo sob demanda.

Os serviços de vídeo sob demanda (VOD, na sigla em inglês) atualmente utilizam o *streaming* como principal tecnologia para o compartilhamento de dados. E é exatamente a íntima relação entre o VOD e o *streaming* que se caracteriza como o grande elemento de inovação destes serviços e os colocam no epicentro dos debates atuais do setor audiovisual. A partir do total direcionamento da atuação no ambiente digital, os serviços de vídeo sob demanda se apresentam como o grande marco paradigmático para o setor no século XXI. Somado a esta inovação disruptiva, a popularização cada vez maior de aparelhos portáteis e o aumento de pessoas conectadas à internet em todo o mundo, pede que tenhamos um olhar atento para o consumo cultural digital. Entre os vários aspectos nos quais a relação entre cultura e mídias digitais pode ser pensada, Guillermo Sunkel destaca que:

Em primeiro lugar, as mídias digitais passaram a ser uma parte tão importante da vida dos jovens que essas mídias realmente alteraram a maneira como vivem suas vidas e influenciaram suas relações sociais. Em segundo lugar, o uso de tecnologias digitais é imperdível se as pessoas aproveitarem as oportunidades que essas tecnologias abrem no âmbito cultural e em outras áreas da vida. Em terceiro lugar, o uso de tecnologias digitais proporciona novas portas para atividades culturais que dão origem a uma reorganização dos padrões de consumo cultural e uma reestruturação dos assuntos culturais. Por fim, o uso de novas tecnologias também é uma prática cultural<sup>3</sup>. (SUNKEL, 2015, p. 164, tradução nossa)

Fato é que, apesar da relação entre o campo cultural e o ambiente digital não ser uma relação originária desta aproximação que presenciamos nos últimos anos, sem dúvida ela ganhou força e importância com este recente fenômeno. Os debates sobre diversidade cultural e acesso à cultura são dois temas centrais para esta discussão que ajudam a pensar os limites, capacidades e importantes questões que devem ser consideradas pelas políticas direcionadas ao setor.

A conexão entre diversidade cultural, acesso à cultura e as tecnologias da informação e comunicação (TICs) se dá desde os anos 1990 com a criação de grande parte destas tecnologias, envoltas por um otimismo de que a inovação tecnológica ajudaria na superação das fronteiras e na diminuição das distâncias. Essa relação se dá durante a

---

<sup>3</sup> No original: "First of all, digital media have come to be such an important part of young people's lives that those media have actually altered the way they live their lives and influenced their social relationships. Second, the use of digital technologies is a must if people are to capitalize upon the opportunities that those technologies open up in the cultural sphere and in other areas of life. Third, the use of digital technologies provides new gateways to cultural activities that give rise to a reorganization of cultural consumption patterns and a restructuring of cultural affairs. Lastly, the use of new technologies is also a cultural practice".

emergência das TICs em um contexto político e econômico marcado pelo neoliberalismo, em que se estabeleceu a ideia de que as tecnologias digitais e a diversidade cultural estariam ligadas intrinsecamente uma à outra. Esse discurso, contudo, não se mostrou totalmente correto, sobretudo a partir da necessidade de atuação estatal como fator essencial no diálogo para a garantia de direitos. (BALADRON, RIVERO, 2019). Na América Latina, essa ideia se mostrou ainda mais frágil dado ao histórico econômico, político e social dos países da região quando pensamos em estrutura tecnológica que possibilite tais condições.

A discussão sobre o consumo cultural no ambiente digital pede com que voltemos nossa atenção para questões relacionadas à estrutura de conectividade no Brasil, ou seja, pensar sobre as formas nas quais o brasileiro está conectado à internet, o alcance da conectividade, por quais aparelhos a maioria da população está conectada e como o consumo cultural é feito no ambiente digital. Tais questões são centrais uma vez que pensar a distribuição e disponibilização desse material de maneira isolada não é suficiente para chegarmos a uma conclusão plausível sobre o aumento do acesso à cultura a partir das mídias digitais.

Já o debate sobre a diversidade cultural no ambiente digital traz à tona questões não só sobre a quantidade de conteúdo disponibilizado na internet, mas também sobre o conteúdo que é de fato consumido na internet, sobretudo aquele que chega até grande parte da população. No âmbito dos serviços de VOD, este é um debate que se relaciona intimamente com as questões de proeminência e a atuação dos algoritmos como mecanismos de recomendação de conteúdo aos usuários. É um debate tratado intimamente por teorias como a Teoria da Cauda Longa de Chris Anderson (2006) e as Teorias das Super Estrelas trabalhadas por Sherwin Rosen (1981) e Moshe Adler (1985), teorias que se contrapõem nessa relação entre o consumo de conteúdo e a diversidade cultural.

Uma vez que o consumo de vídeo está no centro do consumo cultural no ambiente digital e os números dos serviços de VOD são basilares para este grupo, este artigo propõe analisar o consumo de cultura digital a partir do recorte dos serviços de vídeo sob demanda. Para além desta introdução, o texto apresentará dados sobre o crescimento no consumo de conteúdos de VOD no Brasil e no mundo, qual sua representação para o consumo cultural das famílias brasileiras, dados sobre conectividade e as formas nas quais a população do Brasil se conecta à internet. Esses dados, extraídos de estudos e relatórios

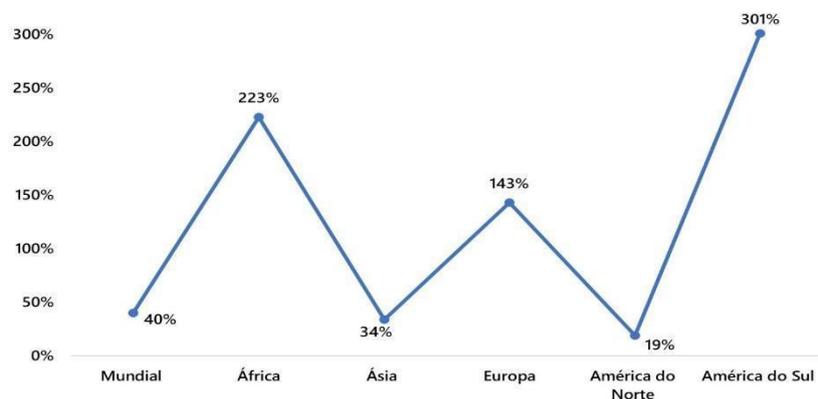
de institutos de pesquisas públicos e privados, serão debatidos à luz de bibliografia especializada sobre diversidade cultural e acesso à cultura, no intuito de construir uma análise crítica sobre sua relação com o consumo de vídeo sob demanda.

### **A ampliação do consumo de vídeo sob demanda**

O período da pandemia pode ser encarado como um catalisador do processo de consolidação dos serviços de vídeo sob demanda no Brasil. O segmento do VOD é um dos serviços que na pandemia registrou resultados positivos para além do aumento do número de assinaturas ou tempo de visualização, sendo o contexto também aproveitado para testar e iniciar novos modelos de negócios e formas de se relacionar com o público.

Os índices acerca do número de assinaturas e do consumo de conteúdos em VOD no Brasil, não só seguem uma tendência mundial, como se destacam quando comparados com esta mesma tendência. Segundo estudo da CompariTech, o Brasil é o segundo país com o maior número de assinantes da Netflix em todo mundo e o terceiro em mercado. No primeiro trimestre de 2020, o país registrou uma base de assinantes correspondente a 16 milhões de assinantes, atrás apenas dos Estados Unidos, que registra 63 milhões (WAKKA, 2020). A quantidade total da base de assinantes da Netflix no Brasil é numericamente a mesma quantidade de novos usuários da plataforma incorporados durante o período de quarentena ao redor do mundo, sendo que esses 16 milhões de novos assinantes foram, segundo a empresa, o dobro da projeção feita para o mesmo período (FARIAS, 2020). Este enorme aumento registrado é um movimento que segue o aumento do consumo de vídeo em todo o mundo, sobretudo do vídeo online. Esta tendência pode ser visualizada através do Gráfico 1, que apresenta a comparação do tempo de visualização entre dezembro de 2019 e dezembro de 2020 nas diferentes regiões do mundo. Já o Gráfico 2 traz os dados relativos somente à América do Sul, para o mesmo recorte temporal. Ambos os gráficos foram gerados a partir dos dados do estudo “*State of Streaming*” da empresa de consultoria Conviva (CONVIVA, 2020).

**Gráfico 1:** Aumento do tempo de visualização do *streaming* entre dezembro/2019 - dezembro/2020.



Fonte: CONVIVA, 2020.

**Gráfico 2:** Aumento no tempo de visualização do *streaming* na América do Sul 2019 - 2020.

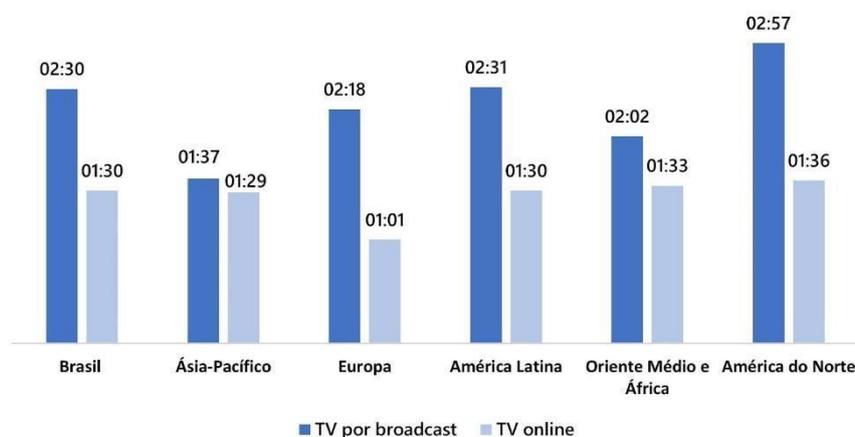


Fonte: CONVIVA, 2020.

O aumento de tempo de visualização do *streaming* apresentado nos gráficos 1 e 2 é também corroborado pelos dados do relatório *Entertainment: GWI's flagship report on the latest trends in entertainment*. De acordo com a pesquisa publicada em 2021, o consumo de TV por *broadcast* está diminuindo ao passo que o consumo de TV online está aumentando gradativamente. A comparação entre 2015 e 2021 indica que o percentual de consumo da TV por *broadcast* foi de 71% para 58%, enquanto o consumo de TV online aumentou de 29% para 42% (GWI, 2021). Ainda assim, é importante destacar que a TV por *broadcast* ainda é responsável pelo maior número no consumo de TV em todas as regiões contempladas pela pesquisa. No Gráfico 3 é possível visualizar

os dados comparativos da TV por *broadcast* e da TV online, onde percebe-se que o Brasil possui níveis bem próximos aos da América Latina, ambos registrando altos índices entre o recorte analisado pela pesquisa.

**Gráfico 3:** Tempo médio (em horas e minutos) de consumo de TV por broadcast e TV online em um dia.



Fonte: GWI, 2021.

Os índices médios de consumo de vídeos no Brasil em 2020, segundo a pesquisa “*Inside Vídeo: a (re)descoberta*” da Kantar Ibope Media, superam a média global de consumo de vídeos em todas as categorias analisadas pelo estudo. Em média, 80% dos brasileiros conectados à internet consomem vídeos online gratuitos, 72% consomem vídeos em redes sociais e 62% consomem vídeos em serviços por assinatura (KANTAR IBOPE MEDIA, 2020). O preço pago pelos serviços de vídeo é um fator de destaque no documento. O aumento do consumo de vídeos online por *streaming* gratuito foi 10% superior ao aumento do consumo a partir de serviços pagos - 68% contra 58%, no segundo caso. Um preço baixo foi também o indicado como maior atrativo para a assinatura de um serviço pago, assim como o aumento de valor da assinatura foi indicado como principal motivo que levaria ao cancelamento do serviço (KANTAR IBOPE MEDIA, 2020).

O aumento no consumo de conteúdo audiovisual está atrelado também ao aumento do número de serviços de VOD que surgiram nos últimos anos. Com a perspectiva cada vez mais positiva do segmento para o setor, as novas plataformas de VOD que surgiram nos últimos anos e têm chegado no Brasil com afincamento por conta do potencial de mercado

que pode ser explorado, estão cada vez mais relacionadas com canais da televisão aberta, da televisão por assinatura e das grandes *majors* hollywoodianas. Por outro lado, surgem também cada vez mais serviços de VOD direcionados a nichos específicos. Os últimos dados acerca da quantidade de serviços de vídeo sob demanda sistematizados pela Ancine, através do Observatório do Cinema e do Audiovisual (OCA), foram publicados em 2018 e registraram a atuação de 52 serviços de vídeo sob demanda em operação no Brasil (ANCINE, 2018). Levando em conta o exponencial crescimento do segmento após esse período, sem dúvidas essa quantidade já é significativamente maior.

Os dados sobre o aumento no consumo de conteúdo audiovisual a partir do VOD, assim como a quantidade de serviços disponíveis, geralmente estão próximos a um debate relacionado à diversidade cultural. Os avanços da tecnologia digital permitiram o armazenamento de uma grande quantidade de títulos nestas plataformas, assim como o uso de filtros e sistemas de recomendações que podem servir como instrumentos para a expansão de conteúdos que não possuem muita publicidade e, dessa forma, acabam ficando escondidos entre a grande variedade disponível. Na esteira desse debate, a Teoria da Cauda Longa e as Teorias das Super Estrelas podem nos ajudar a discutir a relação entre uma possível diversidade cultural e os serviços de vídeo sob demanda.

### **Digitalização é sinônimo de diversidade cultural?**

Ainda que a aproximação entre a diversidade cultural e o consumo cultural por meio de mídias digitais tenha se dado antes da popularização do VOD, certamente é possível dizer que ela ganha mais peso e se apresenta de novas formas a partir dos últimos anos. É uma relação que pode ser dada com especial destaque às plataformas de vídeo sob demanda, uma vez que a evolução da própria Netflix serviu como importante estudo de caso para que teorias como a Teoria da Cauda Longa fosse usada como estratégia de mercado viável (NAPOLI, 2019, p. 88).

A Teoria da Cauda Longa criada por Chris Anderson (2006) está centrada na premissa de que a tecnologia digital permitiria um consumo mais diversos de conteúdo. De um lado, as restrições do espaço físico das prateleiras e da capacidade logística da programação dos canais analógicos seriam aliviadas pela distribuição e acesso destes conteúdos de forma online. Por outro, a diversidade poderia prosperar já que essas novas tecnologias possibilitariam mecanismos mais sofisticados de buscas e recomendações de

conteúdo. Essas condições influenciariam em duas tendências: a decrescente importância, relativa ou até mesmo absoluta, de conteúdos com envolvimento de grandes nomes e estrelas da cultura e entretenimento (o que Anderson chama de “*fat head*”); e um aumento nas opções de conteúdos, onde estão os conteúdos relacionados à nichos específicos de audiência - a Cauda Longa. Essas tendências resultariam em uma maior variedade de produções consumidas, equalizando o consumo de conteúdos populares e outros desconhecidos.

O surgimento da Cauda Longa poderia se consolidar a partir de quatro formas: a) pela democratização dos meios de produção para diversos tipos de conteúdo; b) pela redução de custos para o acesso destes conteúdos, onde a internet tem um papel central; c) pela digitalização que permite agrupar os consumidores e criar nichos de mercados que sejam sustentáveis; e d) pela existência de filtros pertinentes que ajudam os consumidores a encontrar o que é provável que os agrade apesar da enorme quantidade de títulos disponíveis (RANAIVOSON, 2016, p. 244). Mesmo que possamos pensar em argumentos que ilustrem as limitações desses quatro pontos e que extrapolam os limites do audiovisual - se relacionando com questões políticas, econômicas e sociais mais gerais -, é possível afirmar que essas quatro formas podem ser observadas, de alguma maneira, nas plataformas de *streaming* audiovisual.

À primeira vista, observando os fenômenos recentes, tende-se a confirmar a relação entre a Cauda Longa e o aumento da diversidade de conteúdos audiovisuais. Contudo, uma importante diferenciação deve ser considerada para não findarmos em uma análise equivocada. Diversidade ofertada e diversidade consumida, são dois conceitos que se diferenciam uma vez que a primeira corresponde ao que é disponibilizado, ao passo que a segunda depende não só do que é disponibilizado, mas de sua relação com o consumidor, os gostos e formas nas quais o conteúdo chega até a ponta final da cadeia (VAN DER WURFF; VAN CUILENBURG, 2001). Nesse sentido, como Ranaivoson (2016) defende, quando falamos de diversidade ofertada existe um certo consenso sobre um aumento que está relacionado ao consumo e distribuição de conteúdos audiovisuais no ambiente digital, situação diferente das conclusões sobre diversidade consumida, em que as análises não são tão consensuais e seguras.

A diferenciação sobre diversidade ofertada e consumida é central para pensarmos não só a teoria da Cauda Longa, mas também outra teoria que se apresenta em oposição: a Teoria das Super Estrelas (Rosen, 1981; ADLER, 1985). Ambas as teorias desenvolvem

suas discussões a partir da diversidade ofertada, porém chegam a resultados opostos. Se, por um lado Anderson acredita que a diversidade ofertada impacta positivamente a diversidade consumida, Rosen e Adler defendem um status de concentração do consumo a partir da relevância das super estrelas.

Ainda que trabalhem sob diferentes abordagens, os dois autores da Teoria das Super Estrelas constroem um raciocínio argumentativo de que o consumo de produções culturais se concentra em um pequeno número de produtos e realizadores, as chamadas super estrelas (RANAIVOSON, 2016). Uma das distinções das duas abordagens se refere à maneira como essas super estrelas alcançam status e como se relacionam com as tecnologias digitais. Na perspectiva elaborada por Rosen (1981, p. 242), as super estrelas seriam formadas por produtos ou criadores com qualidades e habilidades destacadas que os levariam a se beneficiarem da tecnologia, alcançando uma economia de escala. Já a abordagem de Adler (1985) se apoia em uma análise das super estrelas em que a informação está no centro do argumento que explica as capacidades destes atores e, diferentemente de Rosen, a qualidade não é um fator crucial (RANAIVOSON, 2016, p. 143). Para o autor, a concentração do consumo neste grupo de destaque está relacionada à preferência que os consumidores possuem em consumir o que outras pessoas estão consumindo também. Ter informações sobre a produção ou às pessoas envolvidas no projeto fazem a diferença na escolha final. Assim, produtos ou realizadores com maior visibilidade atraem maior atenção do público e influenciam na concentração do consumo.

Os dois autores entendem que, de forma geral, a diversidade não é um fator especial para a escolha do que será consumido. Apesar de Rosen (1981) considerar que possa existir uma afinidade pela diversidade, o autor não acredita se tratar de um fator que mude a conclusão da teoria. Já Adler (1985) entende que a diversidade possa se apresentar a partir da formação de nichos de consumo resultantes dos diferentes gostos dos indivíduos, embora isso não signifique uma valorização da ideia de diversidade.

A valorização da diversidade pelos consumidores e uma possível associação positiva entre ela e as tecnologias digitais são os principais pontos de discordância entre as duas teorias tratadas aqui. Isso porque, diferentemente dos teóricos das super estrelas, Anderson acredita que a expansão de conteúdos ofertados pela internet faz com que os consumidores percebam que valorizam a diversidade mais do que imaginavam (RANAIVOSON, 2016, p. 254). Ou seja, na perspectiva de Anderson (2006) o processo de valorização e fortalecimento da Cauda Longa está intimamente atrelado a uma

percepção de que os indivíduos desejam mais do que produções vinculadas às super estrelas.

A redução dos custos de distribuição e armazenamento das produções audiovisuais também são pontos de divergência. Pela perspectiva de Anderson (2006), essa redução de custos beneficiaria as obras da Cauda Longa, uma vez que os custos de manter obras de nicho geralmente são incompatíveis com os lucros provenientes e o recorrente baixo orçamento ao qual estão relacionadas. Por outro lado, Rosen (1981) defende que a redução de custos na realidade beneficiaria ainda mais obras em que as super estrelas estivessem envolvidas, uma vez que proporcionaria a conexão entre mercados nacionais e globais, fazendo com que o apelo publicitário desses atores pudesse ser explorado para um público ainda maior.

Os paralelos entre as duas teorias apresentadas - que são diversos e não foram esgotados aqui - são valiosos na medida em que auxiliam na construção de uma visão sobre um fenômeno contemporâneo. O diálogo entre as teorias permite uma revisão da teoria da Cauda Longa, uma vez que as rápidas evoluções deste segmento devem ser levadas em conta para pensar as limitações da abordagem teórica.

É sob essa perspectiva que Anita Elberse (2013) utiliza a Teoria das Super Estrelas para olhar para a teoria da Cauda Longa e entender suas limitações, baseado em um olhar empírico das plataformas de vídeo sob demanda. De forma geral, é possível dizer que Elberse constrói uma lógica argumentativa em que as mídias digitais favorecem conteúdos voltados para o consumo de massa, reproduzindo as mesmas estratégias relacionadas à produção e distribuição de *blockbusters* (NAPOLI, 2019). O trabalho anterior de Elberse (2008) “*Should you invest in the long tail?*” já traz essa discussão sobre as limitações da Cauda Longa como teoria norteadora de modelos de negócios para mídias digitais. De acordo com o texto, a adoção da Cauda Longa como modelo de negócio não tem efeito positivo direto para a performance de organizações financeiras, já que a relação entre a exploração de conteúdos de nichos não é uma consolidada estratégia de sucesso financeiro. No limite, estratégias como o investimento em conteúdos com altos orçamentos, alto risco e grande retorno são os que mais direcionam as estratégias de negócios das grandes plataformas audiovisuais (NAPOLI, 2019, p. 87).

A produção de conteúdo original por parte das plataformas de *streaming* audiovisual pode ser considerada um ponto de virada no desenvolvimento destes serviços, colocando-os como atores atuantes em toda a cadeia produtiva do audiovisual. Central

para o crescimento vertiginoso dessas empresas nos últimos anos, a produção de conteúdo original é resultante do processo de verticalização do VOD. Não seria exagero dizer que existe uma associação entre a evolução da indústria audiovisual e a verticalização em todos os diferentes meios de exibição, fenômeno percebido no cinema, na televisão e, agora, com o vídeo sob demanda por *streaming*.

É também na integração vertical que se tem argumento para uma crítica à Teoria da Cauda Longa a partir de um paralelo com a Teoria das Super Estrelas, assim como fizeram diversos estudiosos da área. O investimento das empresas de *streaming* audiovisual em conteúdo original segue estratégias semelhantes ao modelo de negócios de produções *blockbusters*, em que muitas delas estão alinhadas aos pontos defendidos pelos teóricos das super estrelas. De acordo com Napoli (2019, p. 92), a dissonância entre a integração vertical e o incremento da diversidade se dá na medida em que o aumento de investimento em obras originais por parte dos serviços de vídeo sob demanda torna-se inversamente proporcional ao investimento em obras licenciadas diversas que constituiriam os catálogos destas plataformas.

As ideias apresentadas até aqui tentam jogar luz na relação que constantemente se busca estabelecer entre diversidade e os serviços de vídeo sob demanda, no intuito de argumentar que essa não é uma relação inerente. Na realidade, se fazem necessários diversos esforços e fatores para que a diversidade seja de fato expressiva, tal qual a Teoria da Cauda Longa vislumbra. É importante destacar que a crítica aqui trazida busca fazer coro aos inegáveis avanços dos últimos anos, mas também identificar as limitações atuais para que se pensem maneiras de superá-las.

### **Conectividade e consumo de cultura digital no Brasil**

Há alguns anos, dados socioeconômicos sobre o Brasil vêm indicando tendências da centralidade do celular e da internet como elementos centrais para as famílias brasileiras conseguirem e exercer o direito à cidadania, entre eles, o acesso à cultura. Analisando dados do SIIC 2009-2020, mais especificamente o grupo “Serviço por telefonia, TV por assinatura e Internet” é possível perceber a centralidade deste grupo para o consumo cultural das famílias brasileiras, uma vez que este é responsável por 60,8% dos gastos com cultura (IBGE, 2021). É importante destacar, contudo, concentração que a centralidade deste grupo no consumo de cultura é ainda mais intensa

nas faixas de menor rendimento em comparação com as de maior: para as famílias com rendimento mensal até R\$1.908, o valor destinado para serviço por telefonia, TV por assinatura e Internet é responsável por 62,9% dos gastos com cultura, enquanto para o grupo com rendimento mensal familiar superior à R\$23.850 ele é responsável por 45,9% (IBGE, 2019).

A internet tem crescido nos domicílios brasileiros, sobretudo através da banda larga móvel. Dados da PNAD Contínua referentes ao ano de 2019 e divulgados em 2021 indicam que a banda larga móvel é utilizada em 81,2% dos domicílios brasileiros, enquanto a banda larga fixa fica um pouco atrás, utilizada em 77,9% dos lares. O celular é o dispositivo mais utilizado para acessar a internet, encontrado em 99,5% dos domicílios do país, seguido pelo computador 45,1%, televisão 31,7% e pelo tablet 12% (URUPÁ, 2021).

Chama atenção o fato que 58% da população só acessa a internet através do celular. Ele se torna ainda mais central para parcelas mais vulneráveis da população, como as classes C, D e E, analfabetos e pessoas com escolaridade até o ensino infantil, e população rural (CETIC, 2021). O que se demonstra é que quanto maior o extrato social, maior a probabilidade de acessar a internet em múltiplos dispositivos, assim como realizar mais atividades na internet. O acesso à internet de forma multitelas está intimamente relacionado ao consumo de conteúdo audiovisual e reflete na diferença de como as classes sociais se relacionam com o consumo cultural digitalmente. Enquanto 95% dos indivíduos com acesso à multitelas consomem vídeos pela internet, esse percentual cai para 57% quando falamos dos indivíduos que acessam a internet somente através do celular. A diferença no consumo audiovisual através de serviços OTT também se dá a partir do tipo de conexão: 81% dos indivíduos com acesso à banda larga fixa consumiram vídeos, programas, filmes ou séries pela internet e 64% dos indivíduos com banda larga móvel realizaram a mesma atividade (CETIC, 2020).

Tais informações mostram um cenário em que, apesar do consumo cultural no âmbito digital ser a alternativa mais viável (ou até mesmo a única) para grande parte da população brasileira, a qualidade do acesso ainda depende da classe social. As classes altas assistem vídeos em telas diversas com boa conectividade e pagando para ter acesso aos conteúdos. Somente 23% dos usuários de internet da classe C e DE pagam para assistir a filmes ou séries (CETIC, 2020) e, de acordo com o IPCult, esse gasto refere-se a cerca de 0,8% dos gastos com cultura (IBGE, 2021). Um levantamento realizado pelo portal

Tela Viva aponta que assinar os dez principais serviços de streaming disponíveis no país custa cerca de R\$ 208, ou seja, aproximadamente 17% do valor do salário-mínimo no Brasil (TOLEDO, 2022). Tais indicadores revelam a estreita relação entre consumo cultural e questões socioeconômicas no Brasil e em outros países da América Latina.

### Considerações finais

O ano de 2020, marcado pela pandemia de COVID-19, possivelmente será referenciado como um marcador na evolução do consumo de vídeo digital e nos serviços de vídeo sob demanda, e o aumento do consumo tem o Brasil como um dos grandes mercados do setor. Apesar de se caracterizar como um setor altamente estratégico e potencial para o desenvolvimento da indústria audiovisual e contribuindo para o acesso a conteúdo audiovisual por milhões de pessoas, a maximização das potencialidades deste setor estão fortemente atreladas à superação de entraves ligados à fatores socioeconômicos e estruturais do país, como a oferta de boa conexão de internet e acesso a dispositivos que permitam, por exemplo, o consumo multitelas.

Inegavelmente, essas tecnologias contribuíram para uma maior circulação de produtos audiovisuais e para um consumo facilitado por parte dos cidadãos, quando comparado ao contexto anterior. Milhões de pessoas passaram a ter acesso à produções audiovisuais que antes não tinham acesso, seja pela falta de cinema e aparelhos culturais que realizassem a exibição, seja por uma questão das escolhas do exibidor sobre que filmes seriam transmitidos aos públicos. Com o VOD, produções nichadas de gênero ou territórios puderam chegar com maior facilidade para mais pessoas, aumentando a diversidade de conteúdo ofertado quando comparado ao contexto anterior. Contudo, as potencialidades que se vislumbravam na relação entre diversidade e o âmbito digital ainda não foram vistas integralmente, restando um caminho a ser percorrido. Caminho este que é intimamente associado a entraves socioeconômicos do Brasil e questões estruturais de conectividade que o país ainda enfrenta.

Estando a internet no centro de todo esse debate sobre o *streaming* e o consumo de cultura digital, o acesso a ela torna-se direito fundamental. É um entendimento reforçado pelo Marco Civil da Internet, uma vez que “a internet e o acesso a ela, trazem a característica de alavancar a promoção e o progresso das capacidades humanas” como a informação, educação, cidadania e a cultura e, dessa forma, passível de ser exigida do

Estado a garantia desse direito (GONÇALVES, 2019, p. 17). O cerne da discussão, entretanto, se localiza na qualidade da conexão que é oferecida à população. Os entraves se encontram tanto em questão estrutural de quantidade e localização das antenas que emitem o sinal, quanto em relação às características socioeconômicas dos indivíduos que possuem acesso à internet. Falar de democratização do acesso à cultura através da internet só é possível a partir de políticas públicas direcionadas à melhoria da estrutura do setor de telecomunicação, a ampliação ao acesso pelos grupos mais vulneráveis da sociedade, bem como à regulamentação da oferta nos catálogos das operadoras dos serviços VOD.

## Referências

ADLER, Moshe. Stardom and talent. **The American economic review**, v. 75, n. 1, p. 208-212, 1985.

ANCINE. Serviços de Vídeo sob Demanda (VOD) disponíveis no Brasil. **Ancine**, 2018. Disponível em: <https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/3001.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2021.

ANDERSON, Chris. **A cauda longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BALADRON, Mariela; RIVERO, Ezequiel. Video on demand services in Latin America: Trend and challenges towards access, concentration and regulation. In: **Journal of Digital Media & Policy**, v. 10, n. 1, pp. 109-126, 2019.

CANEDO, D.; PAIVA NETO, C. (Coord.). Impactos da COVID-19 na Economia Criativa - Relatório final. Salvador: **Observatório da Economia Criativa**: Santo Amaro: UFRB, 2020b.

Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (CETIC.BR). **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros – TIC domicílios 2019**. 2020. Disponível em: <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nos-domicilios-brasileiros-tic-domicilios-2019/>. Acesso em: 20 jan. 2021

Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (CETIC.BR). **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros – TIC Domicílios 2020**. 2021. Disponível em: <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nos-domicilios-brasileiros-tic-domicilios-2020/>. Acesso em: 12 dez. 2021

CONVIVA, 2021. **Conviva's State of Streaming Q4, 2020**. Disponível em: [https://pages.conviva.com/rs/138-XJA-134/images/RPT\\_Conviva\\_SoS\\_Q4\\_2020.pdf](https://pages.conviva.com/rs/138-XJA-134/images/RPT_Conviva_SoS_Q4_2020.pdf). Acesso em: 19 mar. 2021.

ELBERSE, Anita. Should you invest in the long tail? **Harvard business review**, v. 86, n. 7/8, p. 88, 2008.

ELBERSE, Anita. **Blockbusters: Hit-making, risk-taking, and the big business of entertainment**. Macmillan, 2013.

FARIAS, Taís. Com mais assinantes, desafios de streamings é fidelização. **Meio e Mensagem**, 2020. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2020/05/11/com-mais-assinantes-streamings-tem-desafio-da-fidelizacao.html> Acesso em: 30 ago. de 2020.

GONÇALVES, Narsizio Calicchio. **O acesso à internet como direito fundamental**. 2019. Disponível em: <http://rdu.unicesumar.edu.br/bitstream/123456789/5134/1/TRABALHO%20DE%20CONCLUS%c3%83o%20DE%20CURSO%20TCC.pdf> Acesso em: 05 ago. 2021.

GWI. **Global Trends in Entertainment for 2021**. 2021. Disponível em: <https://www.globalwebindex.com/reports/entertainment> Acesso em: 10 mar. 2021.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE). **Sistema de informações e indicadores culturais: 2007-2018/IBGE**. Coordenação de População e Indicadores Sociais. Rio de Janeiro, 2019.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE). **Sistema de informações e indicadores culturais: 2009-2020/IBGE**. Coordenação de População e Indicadores Sociais. Rio de Janeiro, 2021.

KANTAR IBOPE MEDIA. **Inside Video: A (Re)descoberta**. 2020. Disponível em: [https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2021/03/Inside-Video\\_A-Redescoberta.pdf](https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2021/03/Inside-Video_A-Redescoberta.pdf) Acesso em: 10 mar. 2021.

NAPOLI, Philip M. Re-evaluating the long tail: Implications for audiovisual diversity on the internet. In: **Audiovisual Industries and Diversity**. Routledge, 2019. p. 85-99.

RANAIVOSON, Heritiana Renaud. O Impacto das Plataformas da Internet na Diversidade das Expressões Culturais: Para a Long Tail (Cauda Longa) e além!. In: **Diversidade de expressões culturais na era digital**. Teseo, 2016. p. 239-268.

ROSEN, Sherwin. The economics of superstars. **The American economic review**, v. 71, n. 5, p. 845-858, 1981.

SUNKEL, Guillermo. Young people's access to culture in the digital era in Latin America. **Youth: realities and challenges for achieving development with equality**. Santiago: ECLAC, 2015. LC/G. 2647-P. p. 155-188, 2015.

TOLEDO, Mariana. Quanto custa assinar os dez principais serviços de streaming do Brasil. **Tela Viva**, 2022. Disponível em: <https://telaviva.com.br/20/05/2022/quanto->

custa-assinar-os-dez-principais-servicos-de-streaming-do-brasil/ Acesso em: 20 mai. 2022.

URUPÁ, Marcos. Celular continua sendo meio mais usado para acessar a internet. **Teletime**, 2021. Disponível em: <https://teletime.com.br/14/04/2021/celular-continua-sendo-meio-mais-usado-para-acessar-a-internet/> Acesso em: 14 abr. 2021.

VAN DER WURFF, Richard; VAN CUILENBURG, Jan. Impact of moderate and ruinous competition on diversity: The Dutch television market. **The Journal of Media Economics**, v. 14, n. 4, p. 213-229, 2001.

WAKKA, Wagner. Netflix: Brasil é o terceiro maior mercado e segundo em número de assinantes. **Canaltech**, 2020. Disponível em: <https://canaltech.com.br/resultados-financeiros/netflix-brasil-e-3o-maior-mercado-e-2o-em-numero-de-assinantes-166515/> Acesso em 08 de ago. 2020.