

AGENDAS REGULATÓRIAS NO MERCADO DE STREAMING: DISPUTAS E DISCREPÂNCIAS EM PAÍSES DO CENTRO E DA PERIFERIA GLOBAL

Daniel RIOS, (UFF)¹
Melina MEIMARIDIS (UFF)²
Daniela MAZUR (UFF)³

Resumo: Tendo em mente a proliferação e expansão mundial de plataformas de *streaming* de vídeo, principalmente as estadunidenses, nota-se a escassez de leis específicas destinadas a este segmento de mercado. Neste artigo mapeamos as principais agendas em debate em países do centro e da periferia global. À luz das discussões sobre imperialismo de plataforma e considerando a complexidade dos fluxos transnacionais audiovisuais, examinamos brevemente as agendas regulatórias dos Estados Unidos, União Europeia, Brasil, Índia e Coreia do Sul. Em nosso levantamento, observamos como territórios em diferentes posições de poder estão lidando com os debates sobre regulamentação do *streaming* de maneiras distintas. Em alguns casos, eles privilegiam a defesa da indústria nacional, enquanto em outros eles defendem a manutenção da desregulamentação desse mercado.

Palavras-chave: Plataformas de *streaming*; Regulamentação; Fluxos globais do audiovisual.

Abstract: Considering the worldwide proliferation and expansion of video streaming platforms, especially those that are US-based, there is a lack of specific laws aimed at this market segment. In this article, we map the main agendas being debated in countries from the center and from the global periphery. In light of discussions on platform imperialism and considering the complexity of transnational audiovisual flows, we examine briefly the regulatory agendas of the United States, European Union, Brazil, India, and South Korea. In our investigation, we observed how territories in different positions of power are dealing with debates on streaming regulation in distinct ways. In some cases, they favor the defense of the local industry, while in others they defend that this market should continue to be deregulated.

Keywords: Streaming platforms; Regulation; Global audiovisual flows.

Introdução

O mercado do *streaming* de vídeo é marcado pela desregulamentação. A emergência de plataformas como Netflix e Youtube, que distribuem conteúdos audiovisuais via protocolos de internet, tem afetado profundamente as dinâmicas de produção, circulação e consumo de vídeos (LOTZ, 2017). No Brasil, por exemplo, a entrada desses novos agentes, especialmente os estadunidenses, tem acarretado em transformações econômicas e culturais, impactando inclusive a indústria audiovisual

¹ Doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e pesquisador associado ao TeleVisões (UFF) e Série Clube (UFF). E-mail: danielrios@id.uff.br

² Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, onde realiza o seu pós-doutoramento com bolsa da FAPERJ. Coordenadora do grupo de pesquisa TeleVisões (UFF) e pesquisadora associada ao Série Clube (UFF). E-mail: melinam@id.uff.br

³ Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e pesquisadora associada ao MidiÁsia (UFF), TeleVisões (UFF) e Série Clube (UFF). E-mail: danielamazur@id.uff.br

nacional (LADEIRA; DE MARCHI, 2019). Contudo, apesar das discussões traçadas desde 2011 pela ANCINE (Agência Nacional de Cinema), ainda há poucos avanços no desenvolvimento de legislações específicas para o cenário brasileiro.

Aqui, objetivamos mapear as principais agendas regulatórias referentes ao *streaming* de vídeo. Ou seja, como países do centro e da periferia global buscam regular essas plataformas? Quais são os argumentos destacados para abarcar produção, distribuição, tributação e demais direitos agregados a esses conteúdos audiovisuais? Quais são as disputas e discrepâncias observadas nesses diferentes países no que tange a soberania nacional? A nossa proposta é traçar um panorama geral das questões levantadas, procurando apontar pontos possíveis de diálogo para o contexto brasileiro.

Com base na revisão bibliográfica e na cobertura da imprensa especializada, analisamos as atuais discussões sobre legislação do mercado de *streaming* presentes nos Estados Unidos, nos países da União Europeia, no Brasil, na Índia e na Coreia do Sul. Nosso recorte aqui se justifica pela importância conquistada pelo mercado de *streaming* de vídeo em cada um desses países e no destaque que esses países e regiões apresentam para os debates sobre esse consumo no mundo. A pesquisa parte de uma visão crítica dos fluxos transnacionais do audiovisual no contexto contemporâneo (STRAUBHAAR, 2003) e dos estudos de plataforma digitais (GILLESPIE, 2010; POELL; NIEBORG; VAN DIJCK, 2020). Em especial, procuramos enquadrar o tema da desregulamentação com o conceito de imperialismo de plataforma elaborado por Jin (2015). Em nosso levantamento, observamos como territórios que estão em diferentes posições de poder estão lidando com os debates sobre regulamentação do *streaming* de maneiras distintas.

Imperialismo de plataformas e a necessidade de regulamentação

A partir de meados da década de 2000, observamos o surgimento e a multiplicação de serviços digitais voltados para a circulação e transmissão de produções audiovisuais, geralmente chamados de *over the top television* (OTT), *internet protocol television* (IPTV), *vídeo sob demanda* (VOD) ou apenas plataformas de *streaming* (LOTZ, 2017). Empresas de *streaming* oferecem a seus assinantes acesso a uma biblioteca de títulos organizados e apresentados de forma personalizada a partir de seus algoritmos de recomendação.

No decorrer desse processo, algumas dessas empresas, especialmente as estadunidenses, iniciaram projetos de expansão transnacional e, de forma gradual, passaram a ocupar novos territórios. Hoje, serviços como Netflix e Amazon Prime Video oferecem seus catálogos em inúmeros países, circulando em nível global produções de diferentes indústrias audiovisuais, investindo na dublagem e legendagem dos títulos e desenvolvendo narrativas voltadas para audiências locais. Entretanto, pesquisadores têm acompanhado essa “invasão estrangeira” em diferentes pontos do globo, como na Austrália, no México, no Japão e na Coreia do Sul, ressaltando que os mercados nacionais têm acompanhado essas mudanças com um misto de interesse e receio (TSE, 2020; MAZUR; MEIMARIDIS; RIOS, 2021).

Para abordar as agendas regulatórias no mercado de *streaming*, trazemos os debates sobre imperialismo moderno e o processo de globalização. A noção de imperialismo foi elaborada para se referir aos processos de dominação e exploração de nações centrais sobre países periféricos e é caracterizado pela relação simbiótica entre capitalismo e expansão (JIN, 2020, p. 47-48). É nesse cenário que surgem as discussões sobre Imperialismo Cultural, no qual os sistemas de dominação econômicos e políticos são atualizados e mantidos por meio dos fluxos comunicacionais (SINCLAIR; JACKA; CUNNINGHAM, 2000). De acordo com essa teoria, países do centro, especialmente os Estados Unidos, exportavam seus estilos de vida e mantinham o controle político, econômico e ideológico sobre o “restante do mundo”⁴ a partir de suas indústrias midiáticas, especialmente a televisão e Hollywood (JIN, 2015).

Entretanto, o contexto midiático global tem se tornado cada vez mais complexo e multifacetado, o que pode ser observado na exportação e consumo de telenovelas latino-americanas, da indústria cinematográfica indiana e dos dramas sul-coreanos (STRAUBHAAR, 2003; GANTI, 2004; MIN; JIN; HAN; 2019). Ao mesmo tempo, apesar da consolidação desses novos polos de produção, é evidente que as assimetrias entre países do centro e da periferia global ainda existem e precisam ser levadas em consideração (MEIMARIDIS; MAZUR; RIOS, 2021). Penner e Straubhaar (2020) apontam que, nos dias atuais, ocorre uma dominação feita por grandes empresas de mídia.

⁴ A ideia de “*from West to the rest*” aponta para a superioridade inventada pelo Ocidente por séculos frente aos países não-ocidentais. Esse Ocidente é formado pela Europa Ocidental e Estados Unidos, que comungam dos ideais ocidentais e se utilizaram historicamente de estratégias imperialistas e globalizantes de “conquista” do mundo. Isso se reflete hoje nas dinâmicas diplomáticas e políticas globais, mas também nas midiáticas, indicando o poder de centralidade dos fluxos: “do Ocidente para o ‘restante’ do mundo”.

Google, Facebook e Netflix são exemplos de corporações que concentram poder por meio da produção e distribuição de conteúdo via internet, reforçando a hegemonia dos Estados Unidos na “arena midiática-cultural” (PENNER; STRAUBHAAR, 2020, p. 139-140).

Para Jin (2015), estamos vivendo a emergência de um imperialismo de plataforma. Com a proeminência das gigantes de tecnologia estadunidenses e a intensa presença das plataformas digitais nas sociedades contemporâneas (POELL; NIEBORG; VAN DIJCK, 2020), esse novo paradigma mantém a concentração de capital e de valores culturais. Sendo assim, em termos materiais e ideológicos, o imperialismo de plataforma atualiza as discrepâncias e assimetrias de poder no contexto global. Portanto, as contribuições de Jin (2015, 2020) são importantes pontos de partida para pensarmos o atual cenário midiático. Todavia, propor uma regulamentação de plataformas de *streaming* é tarefa espinhosa, considerando o caráter “híbrido” desses serviços e por fazerem parte de uma discussão mais ampla: a regulamentação de tecnologias digitais (SANTANA CAMPOS; PEREIRA CANEDO, 2020).

Olhando para a tecnologia, levanta-se a pergunta sobre se os serviços de *streaming* deveriam estar sujeitos as mesmas leis que outros meios de comunicação do setor audiovisual, ou se seria preciso desenvolver legislações específicas para empresas que utilizam o modelo de distribuição de vídeos via internet (SÍTHIGH, 2011). Ao mesmo tempo, outras questões focam-se justamente nos conteúdos que compõem o catálogo dessas plataformas. Isso pode ser observado em projetos que visam a implementação de cotas de títulos nacionais como forma de proteger a diversidade cultural das obras e as indústrias locais (GARCÍA LEIVA; ALBORNOZ, 2020).

Considerando o interesse de empresas de *streaming* estadunidenses em desenvolverem produções audiovisuais “globais”, investindo na produção e no financiamento de obras em diferentes países (MEIMARIDIS; MAZUR; RIOS, 2021), há grande preocupação sobre os impactos desses serviços nas indústrias locais. Diferentes profissionais do mercado e da academia apontam para as problemáticas que têm surgido nos últimos anos, referentes tanto ao papel desses serviços como agentes de distribuição quanto como produtores de conteúdo (LADEIRA; DE MARCHI, 2019; SÍTHIGH, 2011).

As agendas regulatórias do mercado do *streaming*, no entanto, devem ser abordadas a partir de uma perspectiva que abarca também as posições de poder dos países analisados. Tal como lembram Baladron e Rivero (2019), a expansão das plataformas de

VOD ocorre a partir de assimetrias pré-existentes. Portanto, tendo em vista que o sistema vigente tende à centralização de capital nas mãos de poucas empresas de mídia, as “políticas públicas de intervenção devem considerar essas assimetrias a fim de garantir a sobrevivência dos diferentes agentes” (BALADRON; RIVERO, 2019, p. 112, tradução nossa).

As agências regulatórias do Centro

1.1. Estados Unidos

Nos últimos anos, poucos foram os avanços na regulamentação das plataformas de VOD nos Estados Unidos. A *Federal Communications Commission* (Comissão Federal de Comunicações, FCC), órgão que regula os serviços de telecomunicações e radiodifusão no país, pronunciou-se pela primeira vez sobre o assunto em 2004. Na época, afirmou que não fazia distinção entre os modelos lineares e não-lineares de distribuição e, por isso, não havia necessidade de criar um conjunto de regras próprias para serviços *OTT*⁵ audiovisuais (BULLICH; GUIGNARD, 2016, p. 13). Ao mesmo tempo, a FCC também deixa claro que essas plataformas não estão sujeitas as mesmas leis que regulam os sistemas de transmissão de vídeo via radiodifusão, cabo e satélite⁶.

Apesar do contexto estadunidense ser de intensa desregulamentação, há algumas poucas regras estabelecidas (GENDLER, 2019). Serviços de *OTT* são obrigados a disponibilizarem *close captions* nos vídeos oferecidos, e alguns estados cobram taxa em cima do valor recebido pelas assinaturas⁷. Em 2015, a FCC criou uma proposta para abarcar as plataformas de *streaming* audiovisual nas mesmas diretrizes impostas aos serviços de distribuição televisiva via cabo e satélite⁸. Porém, embora haja pedidos para que as discussões avancem, a agência não tomou nenhuma decisão até o momento. Dessa maneira, ainda hoje, a legislação sobre serviços de *streaming* de vídeo nos Estados Unidos se encontra em uma área cinzenta e imprecisa.

⁵ Plataformas de *streaming* de vídeo são classificadas pela agência como serviços *OTT*, categoria que também inclui outras aplicações comunicacionais que utilizam protocolos de internet, como plataformas de redes sociais, de videochamadas e de mensagens instantâneas.

⁶ No país, os sistemas de radiodifusão, cabo e satélite são classificados de maneiras distintas e cada um deles é regulado de maneira distinta.

⁷ Essa tributação, contudo, não possui destino especificado e, com isso, não são necessariamente revertidas para o setor audiovisual.

⁸ Disponível em: <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=9b11e378-0934-4444-99ad-5a864191f899>. Acesso em 26 de dezembro de 2021.

Na verdade, a maioria das discussões sobre regulamentação das plataformas de *streaming* no país recai no debate sobre a Neutralidade da Rede (WU, 2003). O conceito abarca a noção de que os provedores de internet, serviços que detém o domínio das “vias” utilizadas na circulação de informação no meio digital, devem tratar os conteúdos circulados de forma igualitária. Em outras palavras, não deveriam ser capazes de favorecer/bloquear o acesso a determinados sites e materiais, ou “diminuir a velocidade da Netflix ou da Hulu a fim de encorajá-lo a manter seu pacote de TV a cabo ou assinar um serviço de *streaming* de vídeo diferente” (FINLEY, 2020, s/p, tradução nossa).

As discussões sobre Neutralidade da Rede perpassaram os governos dos presidentes Obama e Trump e, após inúmeras idas e vindas, pouco foi decidido de fato. De todo modo, nos Estados Unidos, é notável que o debate sobre plataformas de *streaming* se concentra principalmente no que tange ao acesso dos usuários a esses conteúdos, com um seletivo número de obrigações e taxas em alguns territórios do país. Nesse sentido, para os serviços de VOD, não existe pagamento de impostos a nível nacional, nem outros elementos voltados para políticas públicas são revertidos para o fomento da indústria audiovisual, “uma vez que questões relativas aos OTTs (...) são vistas como assuntos técnicos-econômicos” (GENDLER, 2016, p. 14, tradução nossa).

1.2. União Europeia

Diferentemente do caso estadunidense, a agenda regulatória para o mercado de *streaming* na União Europeia volta-se principalmente para a manutenção da diversidade cultural (GARCÍA LEIVA; ALBORNOZ, 2020). Nas últimas décadas, o continente foi afetado pela entrada de emissoras e plataformas de *streaming* estadunidenses, gerando impactos nas indústrias audiovisuais dos países do bloco. A Netflix, por exemplo, chegou na região em 2012 e em meados de 2016 já estava disponível em todo o continente (FIGUERÓ, 2020, p. 3). Ao longo desse período, inúmeras medidas foram propostas na tentativa de deixar serviços e conteúdos nacionais em pé de igualdade com os oferecidos pelas empresas estrangeiras (KOSTOVSKA; RAATS; DONDEERS, 2020, p. 3).

A regulamentação das plataformas de *streaming* na União Europeia é vista de forma clara na *Audiovisual Media Services Directive* (Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual, AVMSD). Discussões sobre a diretiva começaram em meados dos anos 2000, mas só foram de fato implementadas em 2010. A proposta da AVMSD era

atualizar a legislação no que tange as políticas do audiovisual e dos meios de comunicação da União Europeia a fim de “criar um campo nivelado entre agentes midiáticos estabelecidos e emergentes” (KOSTOVSKA; RAATS; DONDERS, 2020, p. 3, tradução nossa). Nessa versão destacam-se a presença do princípio do país de origem, “segundo o qual os organismos de radiodifusão televisiva estão sujeitos à jurisdição do Estado-Membro em que estão estabelecidos”⁹, e de uma divisão clara entre os modos de distribuição “televisivo” e “sob demanda” (SÍTHIGH, 2011, tradução nossa).

Contudo, uma versão atualizada da AVMSD foi aprovada no final de 2018, trazendo mudanças especialmente na regulação de cotas de obras europeias e de contribuições tributárias (GARCÍA LEIVA; ALBORNOZ, 2020). Ficou especificado que plataformas de VOD precisam ter, no mínimo, 30% de seu catálogo formado por títulos europeus. Além disso, as empresas também são obrigadas a garantir visibilidade para as produções locais. Esse destaque, entretanto, recebe maior atenção em alguns países do grupo: na Bélgica, por exemplo, é preciso enfatizar na interface a lista de obras europeias disponíveis (p. 7). Países da União Europeia podem também abordar empresas de *streaming* para contribuir direta ou indiretamente com as indústrias nacionais (VLASSIS, 2020). Essas contribuições aparecem no investimento em conteúdo, na produção/coprodução de títulos locais, ou na aquisição dos direitos de distribuição de obras europeias¹⁰. García Leiva e Albornoz (2019) enfatizam a iniciativa da diretiva de redirecionar (total ou parcialmente) as taxas impostas aos serviços de *streaming* para um fundo de apoio e fomento do setor audiovisual.

Com isso, por mais que os países da União Europeia sejam bastante heterogêneos no que tange as suas indústrias culturais, nota-se um interesse do bloco em preservar os mercados locais. Ao contrário dos Estados Unidos, focado na Neutralidade da Rede, as políticas de intervenção analisadas giram em torno do conteúdo e da elaboração de mecanismos tributários voltados para o fomento do audiovisual europeu. É nesse sentido que ressaltamos o caráter protecionista das leis propostas, tanto pela AVMSD quanto pelas legislações adicionais de alguns dos países da União Europeia, que têm sido

⁹ Disponível em: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/pt/sheet/138/politica-audiovisual-e-dos-meios-de-comunicacao> Acesso em 27 de dezembro de 2021.

¹⁰ Disponível em: https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/home/-/asset_publisher/9iKCxBYgiO6S/content/mapping-of-national-rules-for-the-promotion-of-european-works-in-europe Acesso em 27 de dezembro de 2021.

coloquialmente chamadas de “taxas Netflix” (IORDACHE, 2021; PARC; LAFEVER, 2021).

As agendas regulatórias das Periferias Globais

1.3. Brasil

Diante da força das plataformas estadunidenses no Brasil, a regulamentação do mercado de *streaming* de vídeo tornou-se tópico de calorosos debates entre diversos setores da sociedade. Apesar das conversas sobre o tema terem se iniciado em 2011, ano em que a Netflix desembarcou no Brasil, foi apenas em 2016 que a ANCINE realizou consulta pública sobre a regulamentação do VOD. Já em 2019, a agência divulgou um estudo público de impacto regulatório com propostas relativas a tributos, cotas de conteúdo brasileiro na biblioteca, e responsabilidade curatorial. Atualmente, este segmento continua desregulamentado no país.

Recentemente, o Ministério das Comunicações (MCom) e a Anatel realizaram um Grupo de Trabalho sobre atualizações do marco jurídico do SeAC. O grupo se reuniu entre agosto e outubro de 2021 e produziram um relatório que nos ajuda a mapear as principais agendas em debate atualmente no país¹¹. Damos destaque para as três principais questões: 1) Estabelecer condições iguais de competição; 2) Apoio às produções locais e 3) Incremento na arrecadação de impostos. Cada ponto reflete preocupações com a chegada e a popularização desses serviços no mercado local.

Ao longo do relatório, observa-se a demanda da indústria televisiva nacional (tanto a aberta, quanto a fechada) para que o governo lide com as assimetrias regulatórias existentes entre os modelos de TV linear e não linear, de modo a permitir uma competição mais justa. A este respeito, Carlos Almeida José destaca que:

O principal problema está no fato de que atualmente [...] a maioria dos ordenamentos jurídicos prevê regimes regulatórios bastante díspares entre os Serviços de Acesso Condicionado (SeAC), tais como a TV a Cabo ou a TV por Assinatura, e os serviços OTT de *video streaming*, legalmente classificados como Serviços de Valor Adicionado (FERNANDES, 2018 p. 3). Enquanto estes são ofertados sem qualquer ônus regulatórios, aqueles – os SeAC – estão sujeitos às obrigações previstas na Lei nº12.451/2011 e em outras normas supralegais, de

¹¹ Disponível em: https://www.gov.br/mcom/pt-br/media/acao-a-informacao/docs-de-aco-es-e-programas/gt_seac/minuta-de-relatorio-consulta-versaopublicada.pdf Acesso em 11 de dezembro de 2021.

modo que se faz presente, na atualidade, um cenário de assimetria regulatória (2020, p. 134, grifo no original).

Assim, observamos disputas entre os canais da TV paga e os serviços de VOD, visto que os primeiros consideram que as regulamentações impostas a eles atrapalham o estabelecimento de condições iguais de concorrência com estes serviços novos.

Por outro lado, o apoio às produções locais poderia vir por meio de produções nacionais coproduzidas com produtoras audiovisuais brasileiras independentes ou por meio do pagamento de taxas destinadas ao fomento do setor audiovisual. Peça central no debate é a taxa Condecine – Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional¹² – a qual, até o presente momento, os serviços de VOD são isentos de pagar. Para Ladeira e De Marchi, a exigência da Condecine para os serviços de *streaming* de vídeo “decorre de uma necessidade prática: adequar uma tributação prevista na legislação às necessidades do *streaming*” (2019, p. 70, grifo nosso).

Por fim, o último ponto se refere a criar mecanismos novos para taxar esses serviços, como, por exemplo, um imposto sobre a receita bruta dessas empresas. No entanto, ressaltamos que a opacidade dos serviços de *streaming* de vídeo dificulta o acesso à informação para que essas diretrizes tributárias sejam elaboradas. Apesar do relatório revelar um avanço no debate sobre a regulamentação do mercado de *streaming* de vídeo brasileiro, notamos, tal qual Ladeira e De Marchi (2019), como o imbróglio tributário continua dominando o debate e desviando a atenção de outras questões essenciais.

1.4. Índia

Atualmente, a Índia é o mercado de OTT que mais cresce no mundo e as previsões são que “em 2023, haverá [no mercado nacional] mais de 500 milhões de assinantes de vídeo online” (RAHUL; BABU, 2021, p. 11161, tradução nossa). No país, a responsabilidade da regulamentação do mercado de VOD compete ao *Ministry of Information and Broadcasting* (Ministério de Informação e Radiodifusão). No entanto, a desregulamentação inicial do mercado possibilitou alguns processos litigiosos contra serviços de *streaming* de vídeo que permitiram acesso à conteúdos que violavam as

¹² Tributo responsável por financiar o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) e revertido para a produção nacional. Incide sobre produção, exibição, distribuição e licenciamento comercial de conteúdo audiovisual.

sensibilidades culturais indianas¹³. Porém, a suprema corte do país rejeitou os pedidos afirmando que não havia interesse público na petição¹⁴. À luz desses processos, empresas de VOD nacionais e estrangeiras começaram a se movimentar por uma autorregulamentação voluntária, em antecipação de que regras estabelecidas pelo governo indiano seriam mais “onerosas para a indústria” (TIWARY, 2018, s/p, tradução nossa). Algumas empresas estrangeiras, como Google Play e Amazon Prime Video começaram, inclusive, a censurar voluntariamente conteúdo possivelmente ofensivo. A Amazon chegou a afirmar que “é uma empresa responsável e estamos aqui para entreter o cliente indiano com conteúdo premiado [...]. Manteremos as sensibilidades culturais indianas em mente ao oferecer este conteúdo aos clientes” (SINGH, 2016, s/p, tradução nossa).

Em fevereiro de 2021, o governo indiano introduziu mecanismos regulatórios que abrangiam diversos serviços de OTT distintos. Sites que disponibilizam catálogo audiovisual com curadoria sob demanda devem seguir um código de ética que exige, entre outros: a classificação do conteúdo em categorias de acordo com a idade; restrição do acesso de crianças a conteúdo impróprio; discrição ao apresentar conteúdo que afete a soberania, a integridade e a segurança nacional, ou que possa vir a perturbar a ordem pública; considerar as múltiplas raças e religiões da Índia antes de apresentar suas crenças e práticas. Além disso, o código dá poder ao Ministério da Informação e Radiodifusão de bloquear acesso a determinados conteúdos em caráter emergencial.

As diretrizes propostas pelo governo indiano revelam os principais pontos de disputa entre o governo e essas empresas no país. Há uma significativa atenção a proteção dos direitos dos consumidores indianos. Por outro lado, Dutta (2021) enxerga um possível embate entre regulação e policiamento cultural, ou seja, a oposição entre as necessidades reais de se regular os serviços de VOD, principalmente os estrangeiros, e a possível restrição a criatividade e liberdade de expressão.

1.5. Coreia do Sul

A Coreia do Sul apresenta um dos maiores e mais bem estruturados mercados de *streaming* de vídeo da Ásia. Com elevada penetrabilidade e acesso à internet de qualidade,

¹³ Para mais informações: <https://scroll.in/latest/902129/delhi-hc-seeks-centres-response-on-plea-to-regulate-netflix-amazon-prime-video-content> Acesso em 03 de dezembro de 2021.

¹⁴ Para mais informações: <https://scroll.in/latest/912512/delhi-high-court-dismisses-plea-seeking-ban-on-netflix-amazon-prime> Acesso em 03 de dezembro de 2021.

além do fato do país deter da força global do fenômeno midiático Onda Coreana (JIN; YOON, 2016), o país se tornou um mercado ideal para serviços de VOD, especialmente para as plataformas estrangeiras. Atualmente, o que mais movimenta a agenda regulatória da Coreia é o embate entre os *players* globais e as empresas locais. O governo e a indústria sul-coreanos buscam empregar estratégias regulatórias baseadas na preocupação em preservar o mercado interno de *streaming* de vídeo local e manter no país os lucros globais com os produtos da Onda Coreana. Nos últimos anos, empresas de mídia sul-coreanas começaram a pressionar o governo por uma regulamentação específica para o segmento.

Alguns dos pontos fundamentais demandados foram os impostos, taxas de uso de rede e, não menos importante, conteúdo disponível. Um dos principais problemas se refere às assimetrias regulatórias entre essas empresas e os *broadcasters* locais, visto que a Netflix e outras empresas estrangeiras são registradas no país como “*value-added common carrier*” (ou transportadora comum de valor agregado, em português) sob a égide da *Telecommunications Business Act* (Lei de Negócios de Telecomunicações). Para Noh, essa categorização dificultou inicialmente a regulamentação desses serviços, principalmente no que se refere ao conteúdo disponibilizado, porque “embora sejam provedores de conteúdo claramente globais, o fato de operarem sob os regulamentos das [leis referentes às] telecomunicações permitiu que renunciassem às obrigações enumeradas na *Comprehensive Broadcasting Act*¹⁵” (2020, s/p, tradução nossa). O *Comprehensive Broadcasting Act* (Lei de Transmissão Abrangente), no entanto, foi revisto em 2019 de modo que, hoje, também abrange os serviços de televisão não linear.

Outra crítica da indústria sul-coreana aos serviços de *streaming* de vídeo e outros OTT em geral é deles serem responsáveis pelo incremento no tráfego de internet no país e de não contribuírem com os gastos gerados para a manutenção da qualidade e estabilidade da rede. De acordo com a provedora SK Broadband, entre maio de 2018 e setembro de 2021, o tráfego aumentou em 24 vezes¹⁶. Com isso em mente, em 2020 a Assembleia Nacional da Coreia do Sul revisou a Lei de Negócios de Telecomunicações, revisão apelidada de “Lei Netflix”, obrigando tanto os provedores de conteúdo nacionais (que já pagavam taxas de manutenção) quanto os estrangeiros a manterem a qualidade do

¹⁵ Conjunto de normas que regulamentam as empresas da radiodifusão no país. Para mais informações: https://elaw.klri.re.kr/eng_service/lawView.do?hseq=2822&lang=ENG Acesso em 14 de dezembro de 2021.

¹⁶ Para mais informações: <https://www.reuters.com/business/media-telecom/skorea-broadband-firm-sues-netflix-after-traffic-surge-squid-game-2021-10-01/> Acesso em 13 de dezembro de 2021.

serviço de rede e compartilhem custos de estabilidade. Contudo, a Netflix continua desafiando as autoridades se recusando a pagar e levando essa questão para as cortes sul-coreanas. Também em 2020, a lei *External Audit Act* (Lei de Auditoria Externa) foi introduzida em novembro exigindo que “todas as sociedades anônimas com ativos ou vendas anuais superiores a 50 bilhões de won (US\$43 milhões) relatem publicamente os lucros” (BRZESKI, 2021, s/p, tradução nossa). Com a nova lei, em abril de 2021, a Netflix divulgou pela primeira vez uma demonstração de lucros e perdas referentes ao mercado sul-coreano. Essas e outras políticas regulatórias, que forçam a Netflix e outras empresas estrangeiras a revelar mais dados, podem auxiliar profissionais do audiovisual local a lidar com as relações assimétricas de poder entre os criadores e as empresas de *streaming* de vídeo globais, especialmente nas disputas por direitos de propriedade intelectual (IP).

Considerações Finais

Frente ao levante do *streaming* de vídeo no mundo e considerando que essas plataformas se converteram em um dos principais mediadores de conteúdo audiovisual da atualidade, especialmente com o alastramento da pandemia de COVID-19 pelos países, debater a capacidade de influência desses *players* se tornou essencial para o cenário da comunicação. Com isso, as influências inerentes às forças das empresas que regem esses mercados são cartas postas à mesa para a discussão. Em particular quando percebemos que as empresas de impacto no *streaming* global, com entrada em diferentes mercados de diferentes países, são originárias dos Estados Unidos, país de grande efeito no Imperialismo de Plataforma (JIN, 2015). Plataformas estadunidenses produzindo, circulando e monopolizando conteúdo pelo mundo, participando diretamente de mercados midiáticos nacionais, além das próprias empresas locais e regionais desenvolvendo suas plataformas de *streaming*, é um cenário complexo que demanda regulamentação. Entretanto, uma pergunta paira em meio ao consumo online: como?

Este artigo teve como objetivo levantar brevemente as possibilidades e estratégias que diferentes países e regiões estão adotando para tentar responder essa pergunta. A regulamentação do mercado de *streaming*, tanto em perspectiva local quanto global, demanda atuações diferentes e urgentes a fim de proteger os consumidores, os mercados nacionais, os produtores locais e o conteúdo. A resposta não é única ou padronizada, como

podemos perceber com as diferentes abordagens da União Europeia, Coreia do Sul, Brasil, Índia e, até mesmo, Estados Unidos. As preocupações de países da periferia global se aproximam em um levante frente às forças centrais, mas, curiosamente, países da União Europeia também enxergam nas plataformas estadunidenses ameaças a sua soberania. A regulamentação do *streaming* acaba passando pela mesma questão: como lidar com a invasão das plataformas estrangeiras? Em um mundo regido basicamente pelos ideais capitalistas e ocidentais, como fugir da entrada das plataformas “globais”? A esperança recai, então, nos próximos passos que serão dados pelos processos regulatórios dos mercados locais, a fim de regulamentar até mesmo o próprio entendimento de poder global hoje na era dos *streamings* e, conseqüentemente, da comunicação.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA JOSÉ, Carlos Henrique. Regulação dos serviços over-the-top de video streaming por assinatura no brasil: uma proposta à luz do modelo de autorregulação regulada. **Revista de Direito, Estado e Telecomunicações**, v. 12, n. 2, 2020.

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

BIRHANE, Abeba. Colonização Algorítmica na África. In: SILVA T. (org.), **Comunidades, algoritmos e ativismos digitais: Olhares afrodiaspóricos**. São Paulo: LiteraRUA, p.156-168, 2020.

BRZESKI, Patrick. Netflix Reports South Korea Profit Jump in Rare Public Disclosure. **The Hollywood Reporter**, 14 de abril de 2021. Disponível em: <https://www.hollywoodreporter.com/news/netflix-reports-south-korea-profit-jump-in-rare-public-disclosure> Acesso em 14 de dezembro de 2021.

BULLICH, Vincent; GUIGNARD, Thomas. OTT strategies and regulations: lessons from the US (2005-2015). **Quaderns del CAC**, 42, vol. XIX, p. 5-19, 2016.

DUTTA, Anmol. Is OTT in India ‘Over-The-Top’? Re-Presentation, Regulation and Religious Sentiments in Indian OTT. **Anais do AoIR 2021: The 22nd Annual Conference of the Association of Internet Researchers**, outubro de 2021. Virtual Event: AoIR. Disponível em: <http://spir.aoir.org>.

FINLEY, Klint. The WIRED Guide to Net Neutrality. **WIRED**, 2020. Disponível em: <https://www.wired.com/story/guide-net-neutrality/>. Acesso: 27/12/2021.

GARCÍA LEIVA, Trinidad; ALBORNOZ, Luis. VOD service providers and regulation in the European Union: an audiovisual diversity approach. **International Journal of Cultural Policy**, 2020

GENDLER, Martín Ariel. Net Neutrality and Over The Top services: a complex relationship in the telecommunications ecosystem. **PAAKAT: revista de tecnología y sociedad**, v. 9, n. 17, p. 1-21, 2019.

GILLESPIE, Tarleton. The politics of 'platforms'. **New media & society**, v. 12, n. 3, p. 347-364, 2010.

IORDACHE, Catalina. Netflix in Europe: Four Markets, Four Platforms? A Comparative Analysis of Audio-Visual Offerings and Investment Strategies in Four EU States. **Television & New Media**, 2021.

JIN, Dal Yong. **Digital platforms, imperialism and political culture**. London: Routledge, 2015.

JIN, Dal Yong; YOON, Kyong. The social mediascape of transnational Korean pop culture: Hallyu 2.0 as spreadable media practice. **New Media & Society**, v. 18, n. 7, p. 1277-1292, 2016.

JIN, Dal Yong. **Globalization and media in the digital platform age**. Routledge, 2020.

KOSTOVSKA, Ivana; RAATS, Tim; DONDERS, Karen. The rise of the 'Netflix tax' and what it means for sustaining European audiovisual markets. **Innovation: The European Journal of Social Science Research**, v. 33, n. 4, p. 423-441, 2020.

LADEIRA, João Martins; DE MARCHI, Leonardo. Redes de imbróglis: a regulação do streaming no Brasil e suas ambiguidades. **Revista Contracampo**, v. 38, n. 3, 2019.

LOTZ, Amanda D. **Portals: A treatise on internet-distributed television**. Michigan Publishing, University of Michigan Library, 2017.

MAZUR, Daniela; MEIMARIDIS, Melina; RIOS, Daniel. O mercado de streaming na Coreia do Sul: disputas internas e a invasão estrangeira. **Novos Olhares**, v. 10, n. 1, p. 88-101, 2021.

MEIMARIDIS, Melina; MAZUR, Daniela; RIOS, Daniel. De São Paulo a Seul: estratégias da Netflix em mercados periféricos. **Comunicación y Sociedad**, 18, p. 1-26, 2021.

MIN, Wonjung; JIN, Dal Yong; HAN, Benjamin. Transcultural fandom of the Korean Wave in Latin America: through the lens of cultural intimacy and affinity space. **Media, Culture & Society**, v. 41, n. 5, p. 604-619, 2019.

NOH, Hyun Jung Stephany. South Korea. **Global TV Consortium**, outubro de 2020. Disponível em: <https://global-internet-tv.com/southkorea/> Acesso em 14 de dezembro de

2021.

PENNER, Tomaz Affonso; STRAUBHAAR, Joseph. Títulos originais e licenciados com exclusividade no catálogo brasileiro da Netflix: um mapeamento dos países produtores. **MATRIZES**, v. 14, n. 1, p. 125-149, 2020.

PARC, Jimmyn; LAFEVER, Holley. What does Emily in Paris say about the “Netflix quota” and the “Netflix tax”? **Cultural Trends**, v. 30, n. 5, p. 466-470, 2021.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. **Plataformização. Fronteiras-estudos midiáticos**, v. 22, n. 1, p. 2-10, 2020.

SANTANA CAMPOS, Luiz Gustavo; PEREIRA CANEDO, Daniele. Regulação do vídeo sob demanda na América do Sul: Um olhar para o estado da arte. **Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación**, v. 1, n. 147, 2021.

SINCLAIR, John; JACKA, Elizabeth; CUNNINGHAM, Stuart. “Peripheral Vision,” in **The Globalization Reader**, ed. Frank J. Lechner and John Boli, Oxford, Blackwell, p.301-306, 2000.

SINGH, Manish. “Amazon Prime Video is censoring content in India, but it's not as bad as you might think”. **Mashable**, 16 de dezembro de 2016. Disponível em: <https://mashable.com/article/amazon-prime-video-india-censorship-debate#VnPPKd0CMmqw> Acesso em 01 de dezembro de 2021.

SÍTHIGH, Daithí Mac. Co-regulation, video-on demand and the legal status of audiovisual media. **International Journal of Digital Television**, v. 2, n. 1, p. 49-66, 2011.

SRNICEK, Nick. **Platform capitalism**. John Wiley & Sons, 2017.

STRAUBHAAR, Joseph. Choosing national TV: Cultural capital, language, and cultural proximity in Brazil. In: ELASMAR, Michael (Ed.). **The impact of international television: A paradigm shift**. Mahwah: Lawrence Erlbaum, 75-107. 2003.

TIWARY, Ishita. India – Amazon Prime Video. **Global TV Consortium**, novembro de 2018. Disponível em: <https://global-internet-tv.com/india-amazon-prime-video/> Acesso em 14 de dezembro de 2021.

TSE, Yu-Kei. Black Ships? Locating Netflix in Taiwan and Japan. **JCMS: Journal of Cinema and Media Studies**, v. 59, n. 3, p. 143-148, 2020.

WU, Tim. Network neutrality, broadband discrimination. **Telecomm. & High Tech. Law**, v. 2, p. 141, 2003.