

Plataformização da Comunicação: Uma releitura das Mediações da Cultura Audiovisual no Brasil¹

Júlia Gonsalo DE CARVALHO²

Patrícia Milano PÉRSIGO³

Universidade Federal de Santa Maria (UFSM),
Campus Frederico Westphalen

Resumo

Este estudo discute a plataformização da comunicação (Van Dijck et al., 2018; Helmond, 2019) e suas implicações no acesso à cultura audiovisual no Brasil. Toma-se como ponto de partida o mapa das mediações de Jesús Martín-Barbero (1997; 2018), o que permite articular institucionalidade, socialidade, tecnicidade e ritualidade às dinâmicas das plataformas digitais de streaming. Propõem-se uma contextualização do papel dos algoritmos, dos dados dos modelos de negócio das plataformas de streaming a partir do mapa das mediações, o que leva a uma releitura da organização da circulação cultural contemporânea. Considera-se que, embora as plataformas possam ampliar o alcance dos conteúdos, elas também reorganizam e/ou reforçam desigualdades e disputas por visibilidade, circulação e acesso à cultura.

Palavras-chave: mediação da cultura; plataformas de streaming; acesso à cultura; comunicação digital.

A MEDIAÇÃO DA CULTURA E A PLATAFORMIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO

O acesso à cultura no Brasil esteve e está atravessado por desigualdades sociais, econômicas e simbólicas. Consumir, compreender e circular por bens culturais não depende apenas de uma questão de interesse individual, mas também de posição social, tempo disponível, letramento e familiaridade com códigos legitimados. A partir da noção de mediação proposta por Martín-Barbero (2018), o acesso à cultura pode ser compreendido como um processo no qual os sujeitos interpretam e negociam sentidos, assumindo papel ativo na construção simbólica da realidade.

Na contemporaneidade, as mediações passam a incorporar dimensões técnicas, algorítmicas e de negócio que organizam a circulação e a visibilidade dos conteúdos. No Brasil, 84% dos domicílios possuem acesso à internet e assistir a vídeos e séries está entre as atividades mais realizadas online; ainda assim, 33% da população conectada não utiliza plataformas pagas e a rotatividade de assinaturas é frequente por dificuldades financeiras (CGI.br, 2024)⁴. Ao mesmo tempo, o mercado de plataformas

¹ Trabalho apresentado no Espaço Graduação, atividade integrante do XX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

² Estudante de Graduação do Curso de Relações Públicas da UFSM/FW, email: juliagonsalo.jg@gmail.com

³ Professora Associada do Depto. de Ciências da Comunicação da UFSM/FW. email: patricia.persigo@ufsm.br

⁴ CGI.br. *TIC Domicílios 2023/2024*. Disponível em: <https://cetic.br/> Acesso em: 16 de fevereiro de 2026.

de vídeo movimentou cerca de R\$ 69,7 bilhões por ano, com liderança de serviços como Netflix, Disney+, YouTube, Amazon Prime Video e Globoplay (Exame, 2025)⁵. Esses dados evidenciam tanto a força econômica do setor quanto a incorporação do streaming ao cotidiano de parte da população, sem que isso elimine desigualdades no acesso. A consolidação dos serviços de streaming e de outras plataformas digitais como principais intermediárias da cultura audiovisual representa uma transformação nessas mediações que passam a envolver disputas entre mercado, algoritmos e práticas sociais de apropriação cultural.

Diante desse cenário, este estudo questiona: de que maneira a plataformização da comunicação por meio dos streamings pode reconfigurar as mediações no acesso aos produtos audiovisuais no Brasil? A questão não se limita à dimensão técnica das plataformas, mas envolve compreender como essas infraestruturas alteram as formas de circulação, seleção e legitimação cultural, incidindo sobre desigualdades históricas de acesso.

Assim, o objetivo desta etapa da pesquisa é analisar a plataformização da comunicação e suas mediações, examinando suas implicações para a reorganização das relações entre sujeitos, tecnologias e cultura audiovisual, especialmente no que se refere ao acesso cultural em serviços de streaming. Este estudo é um ensaio teórico desenvolvido a partir de revisão bibliográfica. Articula o mapa das mediações de Martín-Barbero às dinâmicas contemporâneas das plataformas digitais. A releitura do mapa se dá como um exercício metodológico a partir de autores do campo da comunicação no contexto da circulação audiovisual. Martín-Barbero (1997) lembra do protagonismo dos públicos, que reinterpretam e reorganizam os usos das mídias, tensionando as lógicas impostas pelas grandes corporações digitais.

Ao estudar a plataformização tem-se que este é o processo pelo qual as plataformas digitais deixam de atuar como ferramentas isoladas e passam a organizar a economia, a comunicação e a vida social na internet. Para Helmond (2019), o termo refere-se ao crescimento das plataformas como modelo econômico e infraestrutura dominante da web social, bem como aos efeitos de sua expansão para diferentes espaços online. Ao mesmo tempo em que recebem dados dos usuários, também orientam escolhas e organizam fluxos de informação. Os serviços de streaming são compreendidos como plataformas de comunicação, pois organizam a visibilidade e o acesso aos conteúdos por meio de algoritmos e modelos de negócio baseados em dados, interferindo diretamente nas dinâmicas de consumo e circulação da cultura audiovisual.

⁵EXAME. *O custo de maratona na Netflix*. 2025. Disponível em: <https://exame.com/pop/o-custo-de-maratona-na-netflix-brasileiros-devem-gastar-r-215-bilhoes-em-streaming-em-2025/>. Acesso em: 16 de fevereiro de 2026.

Van Dijck, Poell e De Waal (2018) ampliam a discussão ao propor a ideia de “plataformização da sociedade”, destacando que as plataformas são dataficadas, organizadas por algoritmos e sustentadas por modelos de negócio orientados à monetização de dados. Ainda assim, é importante lembrar que

A comunicação se tornou uma questão de mediações mais do que de meios, uma questão de cultura e, portanto, não só de conhecimento, mas de reconhecimento (...), a partir de seu outro lado, o da recepção, o lugar das resistências e da apropriação a partir de seus usos (Martín-Barbero, 2018, p. 10).

Nessa perspectiva, as mediações constituem o espaço de articulação entre produção e recepção e configuram uma noção dinâmica, que acompanha as transformações da sociedade. Ao propor seus mapas de mediação, Martín-Barbero (2018) organiza essa perspectiva em dois eixos principais: o diacrônico, que relaciona Matrizes Culturais e Formatos Industriais, e o sincrônico, que articula Lógicas de Produção e Competências de Recepção, oferecendo um esquema para compreender como cultura, política e comunicação se entrelaçam na produção de sentido.

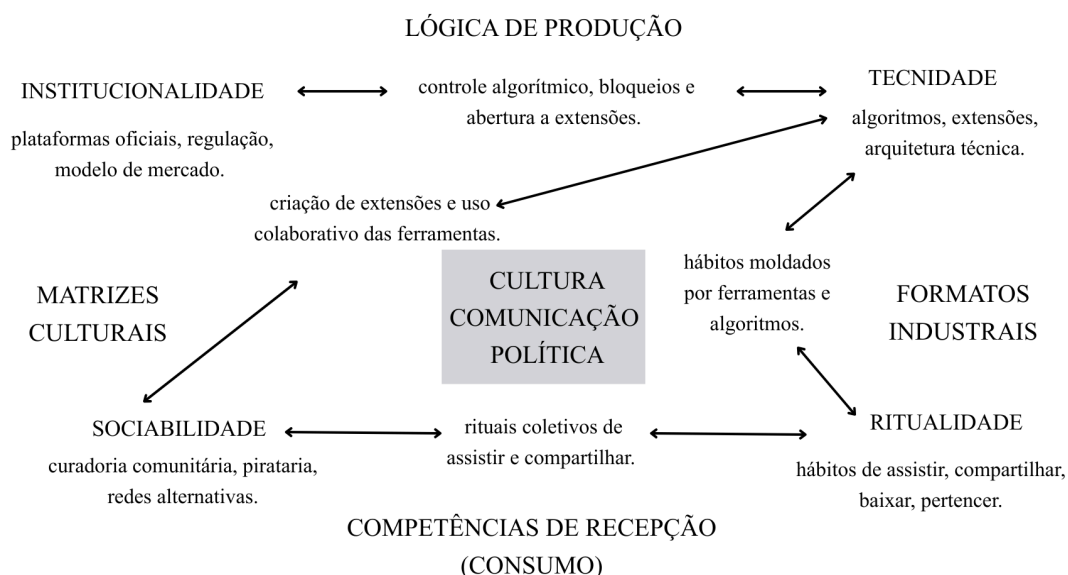
Entre esses polos, o autor identifica quatro mediações fundamentais: institucionalidade, socialidade, tecnicidade e ritualidade. A institucionalidade medeia as relações entre matrizes culturais e lógicas de produção, evidenciando os espaços de poder, regulação e disputa; a socialidade articula matrizes culturais e competências de recepção, revelando as formas de convivência e produção simbólica que emergem das interações sociais; a tecnicidade atua entre lógicas de produção e formatos industriais, expressando as racionalidades técnicas e tecnológicas que organizam a comunicação; e a ritualidade conecta formatos industriais às competências de recepção, materializando-se nos hábitos e práticas que estruturam o consumo cultural.

Mais do que um esquema fixo, o mapa das mediações funciona como ferramenta analítica para compreender como as dinâmicas culturais se organizam e reorganizam historicamente. Nesta pesquisa, ele é retomado no contexto das plataformas digitais e da circulação audiovisual contemporânea, propondo-se uma releitura em que as mediações são redimensionadas pela plataformização da comunicação. Na releitura do mapa, a institucionalidade vincula-se às plataformas oficiais, à regulação e ao modelo de mercado, no eixo da lógica de produção (por exemplo: Netflix, Disney+, Amazon Prime Video e Globoplay). Essa mediação envolve direitos autorais, licenciamento, termos de uso e bloqueios territoriais, definindo o que pode circular, em quais condições e para quais públicos.

No eixo das matrizes culturais e das competências de recepção, a socialidade abrange práticas como curadoria comunitária, pirataria e redes alternativas (por exemplo: perfis no X que compartilham

links, grupos no Telegram, fóruns online e extensões não oficiais do Stremio). Essa mediação mostra que o consumo audiovisual também se organiza em espaços coletivos de troca, recomendação e compartilhamento, para além das ofertas oficiais das plataformas. Por fim, a ritualidade aparece nos hábitos de assistir, compartilhar e organizar conteúdos, indicando que o consumo audiovisual é também uma prática cotidiana e simbólica. Essas mediações se conectam, mostrando que a circulação da cultura nas plataformas é resultado da relação entre regras, tecnologia, interesses de mercado e práticas dos usuários, que nem sempre consumirão a cultura audiovisual pela via da institucionalidade.

Figura 1 – Releitura do Mapa das Mediações a partir da Plataformização da Circulação Audiovisual



Fonte: Figura elaborada pela autora, 2025

Assim, a presente releitura do mapa das mediações permite compreender que o acesso à cultura audiovisual pode não ser determinado exclusivamente pelas lógicas algorítmicas e pelos modelos de negócio das plataformas, mas resulta da articulação entre esses dispositivos e as formas de apropriação dos sujeitos. Mesmo em ambientes altamente organizados por plataformas digitais, como os serviços de streaming mais conhecidos, os processos de mediação permanecem atravessados por disputas, negociações e desigualdades, que não desaparecem, mas se reconfiguram no cenário digital contemporâneo. Nesse contexto, práticas alternativas, como perfis piratas e redes de compartilhamento, evidenciam que os públicos também produzem estratégias próprias para acessar e circular conteúdos.

Resumidamente, o acesso à cultura audiovisual passa a depender das condições impostas por infraestruturas privatizadas que controlam catálogos, recomendações, contratos e formas de pagamento. A fragmentação dos serviços, a segmentação territorial e a necessidade de múltiplas assinaturas criam novas barreiras econômicas e técnicas, enquanto algoritmos definem o que ganha visibilidade e o que permanece à margem. Ao mesmo tempo, parte da população busca contornar essas limitações por meio de práticas alternativas, como as mencionadas anteriormente, buscando ampliar o acesso para além das ofertas oficiais. Assim, embora simulem uma ampliação do alcance potencial dos conteúdos, as plataformas de streaming também reorganizam desigualdades históricas, agora mediadas por conectividade, dispositivos e capacidade de pagamento, mas que na realidade a circulação cultural no ambiente digital é estruturada pela relação entre tecnologia, mercado e práticas sociais.

Referências

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: 3 introduções. MATRIZES, São Paulo, v. 12, n. 1, p. 9–31, jan./abr. 2018.

HELMOND, Anne. A plataformização da web. In: VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn (org.). Métodos digitais: teoria e prática. Lisboa: ICNOVA, 2019. p. 49–72.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. The platform society: public values in a connective world. Oxford: Oxford University Press, 2018.