



Palabra Clave

ISSN: 0122-8285

ISSN: 2027-534X

Universidad de La Sabana

Bárcenas Curtis, César
Políticas de diversidad cultural en el sector audiovisual de América Latina:
posibilidades e incertidumbres en la era de las plataformas de streaming
Palabra Clave, vol. 25, núm. 2, e2523, 2022, Abril-Junio
Universidad de La Sabana

DOI: <https://doi.org/10.5294/pacla.2022.25.2.3>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64973751003>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UAEH [redalyc.org](https://www.redalyc.org)

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Políticas de diversidad cultural en el sector audiovisual de América Latina: posibilidades e incertidumbres en la era de las plataformas de *streaming*

César Bárcenas Curtis¹

Recibido: 09/07/2021

Aprobado por pares: 18/10/2021

Enviado a pares: 04/08/2021

Aceptado: 17/12/2021

DOI: 10.5294/pacla.2022.25.2.3

Para citar este artículo / to reference this article / para citar este artigo

Bárcenas, C. (2022). Políticas de diversidad cultural en el sector audiovisual de América Latina: posibilidades e incertidumbres en la era de las plataformas de *streaming*. *Palabra Clave*, 25(2), e2523. <https://doi.org/10.5294/pacla.2022.25.2.3>

Resumen

Los servicios de las plataformas digitales audiovisuales en directo (*streaming*) de grandes operadores como Netflix se han consolidado en el contexto de la pandemia de covid 19 en América Latina. Este escenario genera una serie de procesos desiguales e inequitativos en las dimensiones de producción, distribución y consumo audiovisual, por lo que la intención de este trabajo es reivindicar, recuperar e incentivar la discusión sobre el establecimiento de políticas audiovisuales basadas en los preceptos de la diversidad cultural, para proteger las cinematografías latinoamericanas y regular las condiciones del poder corporativo, económico y comercial de aquellas empresas que dominan los mercados a nivel mundial. La estrategia de análisis se basó en una revisión documental y estadística que describe cómo el cine latinoamericano presenta una serie de asimetrías que permanecen y

¹ ✉ <https://orcid.org/0000-0001-6724-6492>. Universidad Autónoma de Tamaulipas, México. cbarcenas@docentes.uat.edu.mx

continúan desde la etapa analógica y se incrementan en un contexto digital. Las líneas de trabajo propuestas para el establecimiento de estrategias políticas de diversidad cultural en América Latina, que surgen como resultado de este análisis, se fundamentan en 10 ejes para elaborar una propuesta de políticas públicas para la diversidad cultural en el sector audiovisual latinoamericano.

Palabras clave (Fuente: tesauro de la Unesco)

América Latina; cine; digitalización; diversidad cultural; política de la comunicación.

Cultural Diversity Policies in the Latin American Audiovisual Sector. Possibilities and Uncertainties in the Era of Streaming Platforms

Abstract

The live streaming platforms of large operators such as Netflix have become established amidst the COVID-19 pandemic in Latin America. This scenario gives rise to unequal and inequitable processes in audiovisual production, distribution, and consumption. This paper intends to vindicate, recover, and encourage the discussion on audiovisual policy-making based on cultural diversity precepts to protect Latin American cinematographies and regulate the corporate, economic, and commercial power conditions of those companies that dominate the markets worldwide. The analysis strategy was based on a documentary and statistical review that describes how Latin American cinema shows a series of asymmetries, which remain in the analog stage and increase in a digital context. The lines of work proposed from this analysis are based on ten pivotal points to establish public policies for cultural diversity in the Latin American audiovisual sector.

Keywords (Source: Unesco Thesaurus)

Latin America; cinema; digitalization; cultural diversity; communication policy.

Políticas de diversidade cultural no setor audiovisual da América Latina: possibilidades e incertezas na era das plataformas de *streaming*

Resumo

Os serviços das plataformas digitais de conteúdo audiovisual em tempo real (*streaming*), de grandes operadoras como a Netflix, foram consolidados na América Latina no contexto da pandemia ocasionada pela covid-19. Esse cenário gera uma série de processos desiguais e injustos nas dimensões da produção, distribuição e consumo audiovisuais; nesse contexto, o objetivo deste trabalho é reivindicar, recuperar e incentivar a discussão sobre o estabelecimento de políticas audiovisuais baseadas nos princípios da diversidade cultural para proteger a cinematografia latino-americana e regularizar as condições do poder corporativo, econômico e comercial das empresas que dominam os mercados em todo o mundo. A estratégia de análise foi baseada em uma revisão documental e estatística que descreve como o cinema latino-americano apresenta assimetrias que permanecem e continuam desde o estágio analógico e vêm aumentando em um contexto digital. As linhas de trabalho propostas para o estabelecimento de estratégias políticas para a diversidade cultural na América Latina, que surgem como resultado dessa análise, baseiam-se em 10 eixos para elaborar uma proposta de políticas públicas para a diversidade cultural no setor audiovisual latino-americano.

Palavras-chave (Fonte: tesouro da Unesco)

América Latina; cinema; digitalização; diversidade cultural; política de comunicação.

La pandemia de covid-19 generó una serie de afectaciones en la producción audiovisual mundial desde principios 2020, que se extendieron durante 2021, periodo durante el cual las pérdidas ascendieron a un aproximado de entre US\$7.000 y US\$10.000 millones de dólares, mientras que, de acuerdo con algunas estimaciones, en los próximos cinco años podrían ascender a US\$160.000 millones (Unesco, 2020, p. 11). Al mismo tiempo, en este contexto de encierro domiciliario por la emergencia sanitaria, se consolidó el uso de las plataformas audiovisuales con el aumento en el número de usuarios suscritos a los diferentes servicios, como Netflix, Amazon, Disney+, etc. En el caso de América Latina, los ingresos de estos servicios se han incrementado anualmente desde 2018 al pasar de US\$3,3 mil millones a un aproximado de US\$5,2 mil millones de dólares en 2021 (Statista, 2021a). En el caso específico de los servicios de *streaming* de contenidos audiovisuales en la región, los ingresos por suscripción a estas plataformas también se han incrementado progresivamente desde 2018 hasta 2021, al pasar de US\$1,4 mil millones a US\$1,86 mil millones dólares (Statista, 2021b).

El servicio de *streaming* más popular en América Latina es Netflix, por encima de Amazon y Disney, con el 56% del total de cuentas activas en lo que va de 2021 (Statista, 2021c). A partir de algunos reportes sobre la región, Netflix desde 2019 ha obtenido ingresos por US\$2.750 millones de dólares, mientras que servicios locales, como Claro Video y Blim, han recaudado US\$450 millones de dólares (Statista, 2021d). Finalmente, cabe señalar que en Latinoamérica Netflix ofrece sus servicios a unos 80 millones de usuarios, de los cuales aproximadamente 29 millones pertenecen a Brasil y 19 de millones a México (Statista, 2021e/f), por lo que ambos países de manera conjunta tienen más del 50% de suscriptores de la plataforma, que en promedio ofrece 4.000 títulos (Statista, 2021g).

Tabla 1. Biblioteca de Netflix en Latinoamérica en 2019

País	Promedio de títulos ofrecidos
México	4.223
Uruguay	4.215
Chile	4.214

País	Promedio de títulos ofrecidos
Bolivia	4.184
Venezuela	4.180
Colombia	4.131
Brasil	4.120
Perú	4.118
Guatemala	4.117
Costa Rica	4.115

Fuente: Statista (2021a).

A partir de estos datos, es posible mencionar como referencia que, en el caso específico de México, durante 2019 en el catálogo de Netflix se encontraban 56 películas mexicanas de un total de 1.495 filmes de la plataforma, lo cual representó aproximadamente un 3% del total de producciones en línea de este operador (Imcine, 2020). En este contexto, se observa que existe en América Latina un incremento en el consumo de contenidos en las plataformas de contenidos audiovisuales durante los últimos años, pero, al mismo tiempo, este proceso representa la continuidad de una serie de asimetrías desarrolladas en el mercado audiovisual latinoamericano desde la etapa analógica (Getino, 2012) y que se ha potenciado aún más en un contexto digital.

Por lo tanto, el objetivo de este texto es abrir una revisión y discusión sobre la importancia de la diversidad cultural en el sector audiovisual de América Latina, en un contexto digital que incluya temas relacionados con regulaciones orientadas a la protección del consumidor y de los mercados de la región, así como a la búsqueda de mecanismos para la recaudación de impuestos y de obligaciones para la inversión en producciones locales (Zaverucha, 2021, p. 69). En este caso, una de la más graves asimetrías y riesgos para la diversidad cultural es la relacionada con el número de películas y series latinoamericanas disponibles en las plataformas más populares, donde prevalecen las producciones de Estados Unidos (Mastrini y Krakowiak, 2021, p. 16). En el pasado, entre los principales obstáculos de una película latinoamericana era encontrar un espacio en las salas de exhibición, situación que ahora se traslada a las plataformas digitales, cuya importancia económica se ha incrementado y potenciado durante la pandemia de covid-19.

Encrucijadas de la diversidad cultural en un escenario digital

Las condiciones generadas por la emergencia sanitaria desde su origen hasta la fecha han establecido nuevos escenarios donde se producen una serie de transformaciones sociales, las cuales posibilitan nuevas interacciones y relaciones en todas las actividades y ámbitos de la vida cotidiana a través del uso intensivo de dispositivos y plataformas tecnológicas en la educación, el trabajo, la salud y el ocio, entre otras situaciones cotidianas que implican la generación de un *habitus* (Bourdieu, 1998) y una serie de procesos de estructuración (Giddens, 1986).

La diversidad cultural forma parte de la esencia y del patrimonio de la humanidad, cuyos valores fundamentales se preservan para mantener y generar de manera constante la “pluralidad de identidades a través de la libre circulación de ideas” (Unesco, 2005). En un principio, la diversidad cultural se puede definir como un medio de transmisión de una multiplicidad de representaciones mediante las cuales se expresan distintas comunidades y grupos sociales en varias formas de creación y expresión artística. Ahora bien, en un contexto definido por la globalización y la expansión del “capitalismo digital” ligado a los medios de comunicación (Murdock y Golding, 2016), se establecen una serie de directrices y parámetros de la producción cultural en los rubros de financiamiento y mercadotecnia. En este contexto, la diversidad cultural, inmersa en un entorno digital, enfrenta una serie de obstáculos cada vez más complejos relacionados con la inserción de una “perspectiva economicista de la cultura” que tiene el riesgo de limitar su dimensión social (Bustamante, 2017, p. 141).

Por ejemplo, el control de la producción y el consumo cultural es esencial para la expansión global y la integración transnacional de los productos de una compañía como Netflix, la cual genera una serie de dimensiones y tensiones entre lo global y lo local que incluyen, de acuerdo con Van Keulen *et al.* (2019, p. 2): a) ventajas competitivas, b) cambios en las condiciones de producción y c) procesos administrativos. Estos procesos se definen y apoyan en las bases de datos generadas por algoritmos, que representan una “caja negra” que incluye creencias, discursos y prácticas.

Los corporativos tecnológicos, como Microsoft, Google, Amazon, Apple, Netflix, entre otros, están generando diversas formas de producción y consumo cultural, lo cual implica nuevas problemáticas relacionadas con la concentración del poder político y económico en estas compañías, lo que limita las posibilidades de establecer regulaciones más justas y equitativas (Hesmondhalgh, 2013). En este caso, el uso de las tecnologías digitales representa un arma de doble filo donde existe el acceso a una amplitud de contenidos de diversa índole, pero con el riesgo de una concentración en el mercado de pocas empresas y operadores y según una lógica opuesta a la diversidad cultural (Albornoz y García, 2017).

Y la heideggeriana “pregunta por la técnica” se nos vuelve cada día más crucial en la medida en que la diversidad cultural de la técnica, persistentemente testimoniada por los antropólogos, es sustituida de manera acelerada por una tecnicidad-mundo que desvincula a la tecnología de las herencias culturales, permitiéndole instalarse en cualquier región o país como dispositivo de producción a escala planetaria: como conector universal en lo global. Al mismo tiempo, al profundizar la división internacional del trabajo, la tecnicidad-mundo trastorna las condiciones de producción, rearticulando las relaciones entre países mediante una des-centralización que concentra el poder económico y una des-localización que empuja la hibridación de las culturas. (Martín-Barbero, 2007, p. 26)

Sobre este punto, es posible señalar que, por ejemplo, los contenidos adquiridos y las producciones originales de Netflix cruzan las fronteras nacionales y se convierten en productos globales, sin que sea necesario mencionar un lugar de origen identificable. Esto genera que expresiones culturales regionales participen en procesos de hibridación y dificulta definir las características específicas de una cultura local, al convertirse en una cultura transnacional dentro de los procesos de globalización, aunque este aparente pluralismo se limite a solo algunos productos, lo que no significa que se alteren los flujos culturales dominantes (Jin, 2018; Elkins, 2019).

Los procesos de digitalización implican cambios y transformaciones en la cadena de valor de los bienes, servicios y productos culturales en términos de creación, producción y distribución (Unesco, 2015); sin embargo, para regular estos cambios en estos nuevos entornos, también se re-

quieren mecanismos legales que garanticen la existencia y disponibilidad de bienes y servicios culturales distintos entre sí, con la intención de reducir las desigualdades e inequidades en los mercados culturales.

Multiplicidad de la identidad cultural latinoamericana

La construcción de la identidad cultural latinoamericana se encuentra en continua transformación y cambio o, como también señala García Canclini (1990), pasa por un proceso de hibridación permanente. En este sentido, hay varias identidades culturales en Latinoamérica que coexisten y conviven, las cuales derivan en fenómenos culturales heterogéneos y diversos (Vergara *et al.*, 2012). Por lo tanto, actualmente en el subcontinente existen heterogéneas identidades culturales, en un entorno de vertiginosas fragmentaciones y transformaciones sociales (García, 1999) que las ponen en riesgo y las amenazan, en un contexto digital donde prevalece el comercio corporativo. En ese sentido, aunque los procesos de globalización generados por el capitalismo en las última décadas han limitado las posibilidades de desarrollo de iniciativas culturales en algunas regiones como Latinoamérica, a pesar de los embates del neoliberalismo, “lo latinoamericano anda suelto”, como señala García Canclini (2002), y extiende su territorio traspassando fronteras por diversas rutas, toda vez que estos procesos sociales, económicos y culturales de corte híbrido, desde una perspectiva simbólica transnacional (Piñón, 2014), interactúan con las identidades nacionales.

Ahora bien, esta identidad cultural latinoamericana, múltiple y diversa, enfrenta una serie de riesgos, en las condiciones presentes del comercio transnacional, donde, por ejemplo, las plataformas de *streaming* de contenidos audiovisuales dominan los mercados mundiales. Este factor representa una reorganización de las relaciones entre lo local, lo nacional y lo regional, pero, al mismo tiempo, genera nuevas complejidades en las relaciones entre empresas, contenidos y audiencias (Chalaby, 2005).

El uso de estrategias de producción de contenidos latinoamericanos basadas en la “proximidad cultural” (Straubhaar, 2007) ha definido el modelo de negocio de las compañías *streaming* de series y películas, como

Netflix, al punto que estas empresas están definiendo las ideas y las historias que se producen en la región. Sin embargo, a pesar de estos procesos de estructuración, en Latinoamérica subsisten diferencias étnicas que mantienen una diversidad única, que abriga una serie de expresiones e imaginarios que comparten una identidad cultural propia, lo que incluye lenguajes, usos y costumbres. Por lo tanto, es posible afirmar que, visto que las diferencias han enriquecido la identidad latinoamericana con el paso del tiempo, es fundamental establecer condiciones políticas para su protección y hacer que no dependan únicamente de los mercados de producción y consumo asociados al “capitalismo digital”.

Cambios y continuidades en el sector audiovisual

La transición del sistema analógico al digital en el sector audiovisual pasó por los procesos de reemplazo y convergencia (Murdock, 2000), los cuales produjeron cambios en las distintas plataformas que reproducían contenidos audiovisuales. En el pasado, el esquema comercial de una película consistía en transitar de una sala de cine a la televisión, para posteriormente ser comercializada a través de cintas VHS o similares, y todavía, años después, por medio de un DVD. Al arribo de internet, y tras consolidarse como medio de transmisión y reproducción de contenidos audiovisuales, el panorama se transformó en poco tiempo en un vector fundamental de promoción, distribución y transmisión de contenidos audiovisuales.

En este caso, los catálogos de películas del extinto videoclub Blockbuster, en el que predominaban las producciones de Hollywood, se trasladaron a los servicios de *streaming* de Netflix, Amazon, HBO, Paramount+ y Disney+. Por lo tanto, las desigualdades de acceso a estas plataformas no solo permanecen, sino que se incrementan dando paso a contenidos de otras regiones. Aunque cabe señalar que también se está desarrollando un fenómeno donde –como pasa con Netflix, por ejemplo– se opta por producir contenidos nacionales propios, para mantener derechos de propiedad intelectual de manera exclusiva, y se llega a establecer nuevas relaciones de poder y formas de trabajo con los productores de cada país, en busca de aumentar su cuota de mercado y tener más suscriptores (Carrillo, 2018, p. 249).

En consecuencia, los contenidos producidos por Netflix en cada país latinoamericano y en otras latitudes se convierten en productos de una marca cuya estrategia de mercado se basa en llevar contenidos locales a los suscriptores locales (Zylberberg, 2021, p. 86). Desde esta perspectiva, Netflix lo que pretende, más que la pérdida de la identidad regional, es distribuir esos contenidos a nivel mundial como productos “originales”, con un valor único, donde se propone la exclusividad como ventaja comercial y competitiva (Stiegler, 2016). El fenómeno de los “contenidos originales” conlleva diversas situaciones y problemáticas en términos de producción, distribución y, sobre todo, acceso, puesto que un usuario en ocasiones tiene que suscribirse a varias plataformas, ante la fragmentación en el mercado. Así, la segmentación de los contenidos implica mayores gastos para los usuarios, al estar suscritos a distintas plataformas (Cuntz, 2021).

Ahora bien, esta dispersión en los contenidos también tiene diversos efectos en lo referente a los ingresos por distribución y exhibición de películas y series. Los contenidos que anteriormente transitaban por diferentes ventanas, al ser exclusivos, enfrentan ahora limitaciones en sus ingresos y en las posibilidades de recuperar las inversiones y financiar nuevos proyectos, especialmente los productores independientes, aunque, por otra parte, esto también representa una opción “más viable y segura” para la distribución de material audiovisual, especialmente para los documentales (McDonald y Smith, 2016).

El panorama audiovisual latinoamericano vive una situación compleja, con varias aristas e implicaciones. Así, por ejemplo, la película *Roma*, de Alfonso Cuarón (2018), al no llegar a un acuerdo de exhibición en las salas cinematográficas monopolizadas por Cinépolis, en México, generó un plan de distribución paralela en Netflix y en cinetecas, centros de cultura y salas independientes a lo largo del país, en un fenómeno cultural sin precedentes (Battezzati, 2020). En este caso, el “efecto *Roma*” alumbró una serie de factores de poder y hegemonía por parte de Netflix, en un contexto digital, donde ahora tiene la posibilidad de competir y desplazar a otros monopolios de exhibición cinematográfica, ya establecidos con anterioridad, lo cual implica cambios, pero también continuidades,

al ingresar nuevas problemáticas y contradicciones fruto de una diversidad cultural regida por los parámetros e intereses de una empresa como Netflix (Agirre, 2021).

Hacia una discusión sobre políticas de diversidad audiovisual digital

La discusión sobre la regulación de los servicios de *streaming* en la región requiere ver qué impactos y limitaciones en el mercado audiovisual latinoamericano tienen los grandes operadores que dominan la producción y distribución. En este caso, en primera instancia, pensando en el fomento de la diversidad audiovisual en América Latina, se necesita establecer lineamientos regulatorios donde predomine el equilibrio y una competencia justa para los productores independientes de cada país, de modo que estén garantizados espacios y opciones de financiamiento para producciones locales (Senna, 2021). En esta línea, retomando a Albornoz y García Leiva (2017, p. 3), para apuntalar las bases de una política audiovisual latinoamericana se requieren los siguientes ejes de acción mediante: 1) políticas efectivas para mejorar la difusión y el acceso a contenidos audiovisuales a través de una cadena de valor justa –desde la creación hasta la producción y distribución–, de manera que se “fomente” el acceso a contenidos nacionales y se respeten los derechos de los creadores; 2) la cooperación internacional, para ampliar y mejorar la oferta e intercambios de bienes y servicios culturales en la región; y 3) el establecimiento de acuerdos comerciales, con el fin de fortalecer los intercambios culturales en un contexto digital.

En este caso, se observa que, para establecer la estructura legal y operativa de estas líneas de acción, es necesario recuperar los acuerdos y convenios de integración establecidos desde 1989, donde se presentaron una serie de lineamientos para un mercado común en los países de la región. Estas iniciativas dieron lugar a la Conferencia Cinematográfica de Autoridades Audiovisuales de Iberoamérica (CAACI), cuya función básica consistía en resolver las problemáticas de producción, distribución y exhibición y, al mismo tiempo, en promover, fomentar y ampliar los mercados de las películas de la región (Getino, 2011).

Para garantizar las mayores oportunidades y posibilidades de desarrollo ligadas a estas iniciativas, es importante la integración de programas como Ibermedia y la Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales (Recam), perteneciente al Mercosur, entre otros organismos e iniciativas que intentan reducir las asimetrías impuestas por los grandes medios corporativos basados en plataformas digitales de contenidos audiovisuales, si se quiere favorecer la diversidad cultural en la región. Por lo tanto, una política audiovisual de este tipo debe basarse en una equitativa circulación de contenidos latinoamericanos, regida por la premisa de una mayor pluralidad de visiones representativas de las distintas culturas de la región.

Para apoyar esta encomienda, se necesitan políticas públicas que sean operadas por los organismos dedicados a la organización y promoción cinematográfica de cada país: la Agencia Nacional de Cine (Ancine) en Brasil; el Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine) en México; el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (Incaa) en Argentina, etc. En este caso, las regulaciones y acuerdos que se establezcan para la protección del cine latinoamericano necesitan una salvaguarda, que puede estar representada por observatorios de políticas culturales y audiovisuales nacionales que apoyen la vigilancia de lo establecido en los acuerdos y convenios de la región. Especialmente, es necesario continuar e incrementar los apoyos a los observatorios audiovisuales –pues tienen la tarea fundamental de generar informes sobre la evolución de los mercados locales–, como estrategia de resistencia y forma de supervivencia frente a los medios corporativos de comunicación que dominan la producción audiovisual mundial.

En este escenario digital es necesario continuar protegiendo las cuotas de pantalla para la protección de las películas nacionales de cada país latinoamericano en las salas de exhibición, pero ahora también es indispensable preservar y enriquecer los espacios audiovisuales existentes en las plataformas digitales. Por ello, la discusión actual sobre las propuestas de regulación de los servicios ofrecidos por las plataformas digitales abarca temas que se extienden desde asuntos de seguridad y privacidad de los

datos de los usuarios al momento de generar sus perfiles en la plataformas, hasta cómo estos mismos servicios se convierten en “puertas o guardianes de acceso” a sus catálogos, lo que incrementa las barreras a contenidos específicos (Comisión Europea, 2020).

Por lo tanto, tomando como referencia el trabajo del Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia (Observacom), y para profundizar en la discusión y los análisis y establecer líneas de acción a través de las cuales generar políticas de diversidad cultural en un escenario digital en Latinoamérica, algunas de las principales ideas y estrategias son (Unesco, 2019):

1. Apoyo decidido a los observatorios audiovisuales nacionales y regionales ya existentes, para contar con reportes de datos para apoyar y dar continuidad al desempeño de la películas latinoamericanas en las plataformas de *streaming*.
2. Recuperar la importancia de las políticas públicas en cada país latinoamericano, como herramienta de apoyo a la hora de regular los proyectos audiovisuales.
3. Establecer lineamientos para que las plataformas de *streaming* que dominan los mercados a nivel mundial paguen impuestos destinados a los fondos nacionales de producción audiovisual.
4. Respeto por los derechos de los usuarios y protección irrevocable de sus datos personales.
5. Creación de organismos regulatorios independientes que garanticen mayor diversidad y pluralismo en los contenidos audiovisuales.
6. Obligación de las plataformas digitales de contar con un porcentaje de contenidos nacionales o regionales donde prestan sus servicios.
7. Establecimiento de mecanismos para la promoción de la producción de contenidos audiovisuales nacionales y regionales.
8. Promoción de inversiones para producir o coproducir proyectos audiovisuales en Latinoamérica.

9. Por mandato legal, dar prioridad a los contenidos locales en los servicios de *streaming*.
10. Fijación de mecanismos legales y financieros para estimular la producción local y regional.

Perspectivas finales

A partir de esta revisión preliminar, se observa una consolidación de los servicios de *streaming* de contenidos audiovisuales de los grandes operadores en los mercados de América Latina durante la pandemia de covid 19. En este caso, es notorio que la producción audiovisual capitalista se concentra en algunos pocos medios corporativos, en detrimento de la diversidad cultural local y regional y en contravía de políticas alternativas de desarrollo.

Ante esta excesiva apropiación de los derechos de los contenidos audiovisuales y el “control” de las preferencias de consumo, sustentado en el uso de los datos de los usuarios, la dominación económica e ideológica de plataformas como Netflix o Disney+, entre algunas otras, se está intensificando en el valor que adquieren sus productos culturales en un entorno digital (Garnham, 2011). Por lo tanto, ante el poder de estas estructuras económicas y publicitarias, es vital diseñar estrategias políticas con las que defender y ampliar la diversidad cultural, con la intención de proteger “identidades, valores y significados”, en un contexto digital donde se está privilegiando el valor del comercio electrónico de bienes y servicios. Así, la construcción continua de políticas de diversidad cultural en el sector audiovisual de América Latina requiere de investigaciones e iniciativas por parte de los ministerios de Cultura y observatorios audiovisuales de cada país y región, como base de la protección de los derechos de los usuarios y consumidores latinoamericanos.

Finalmente, entre algunos de los temas pendientes de investigación, es necesario profundizar en las prácticas y hábitos de consumo audiovisual de los usuarios latinoamericanos, con la intención de ampliar e identificar sus necesidades, de manera que se tomen en cuenta y formen parte integral de los principios de una política pública de protección de la diversidad cultural en los distintos países de América Latina. En determinado momento,

a pesar de que los algoritmos de las plataformas de *streaming* que dominan los mercados audiovisuales tienen la posibilidad de identificar los gustos y preferencias, el usuario siempre tendrá la última palabra, al tener la opción de cambiar en cualquier momento la selección de los contenidos.

Referencias

- Agirre, K. (2021). Streaming minority languages: The case of Basque language cinema on Netflix. *Communication & Society*, 34(3), 103-115. <https://doi.org/10.15581/003.34.3.103-115>
- Albornoz, L. y García Leiva, M. T. (2017). La diversidad audiovisual en el paisaje digital: panorámica de un debate en marcha. En Albornoz, L. y García Leiva, M. T. (eds.), *El audiovisual en la era digital. Políticas y estrategias para la diversidad* (pp. 15-42). Cátedra.
- Battezzati, S. (2020). La disputa simbólica por clasificar un nuevo producto cultural: el caso de Netflix durante el estreno y la premiación de la película Roma. *Norteamérica*, 15(2), 67-82. <https://doi.org/10.22201/cisan.24487228e.2020.2.410>
- Bourdieu, P. (1998). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Taurus.
- Bustamante, E. (2017). Indicadores y diversidad en la industria audiovisual: la lucha por la diversidad apenas ha comenzado. En Albornoz, L. y García Leiva, M. T. (eds.), *El audiovisual en la era digital. Políticas y estrategias para la diversidad* (pp. 137-160). Cátedra.
- Carrillo, J. (2018). *Paradigma Netflix. El entretenimiento de algoritmo*. UOC.
- Chalaby, J. (2005). Towards and understanding of media transnationalism. En Chalaby, J. (ed.), *Transnational Television Worldwide. Towards a New Media Order* (pp. 1-13). I.B. Tauris. <https://doi.org/10.5040/9780755698776.ch-001>

- Comisión Europea (2020). *Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo sobre mercados disputables y equitativos en el sector digital (Ley de Mercados Digitales)*. Comisión Europea.
- Cuntz, A. (2021). La fragmentación de los mercado brasileños de ‘streaming’ para las obras audiovisuales. En Solot, S. (ed.), *El panorama de las políticas públicas audiovisuales en Latinoamérica* (pp. 158-162). LATC.
- Elkins, E. (2019). Algorithmic cosmopolitanism: On the global claims of digital entertainment platforms. *Critical Studies in Media Communication*, 36(4), 376-389. <https://doi.org/10.1080/15295036.2019.1630743>
- García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo.
- García Canclini, N. (2002). *Latinoamericanos buscando lugar en este siglo*. Paidós.
- García de la Huerta, M. (1999). *Reflexiones americanas. Ensayos de intrahistoria*. LOM.
- Garnham, N. (2011). The political economy of communication revisited. En Wasko, J., Murdock, G. y Sousa, H. (eds.), *The handbook of political economy of communications* (pp. 41-61). Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781444395402.ch2>
- Getino, O. (2011). Avances en las políticas de integración de las cinematografías iberoamericanas. *Cinémas d’amérique latine*, 19, 84-89. <https://doi.org/10.4000/cinelatino.1085>
- Getino, O. (2012). Panorama de las cinematografías de América Latina y el Caribe en la primera década del siglo XXI. En Getino, O. (coord.), *Estudio de producción y mercados del cine latinoamericano en la primera década del siglo XXI* (pp. 13-51). Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano. <https://doi.org/10.4000/cinelatino.1085>

- Giddens, A. (1986). *The constitution of society. Outline of the theory of structuration*. Polity Press.
- Hesmondhalgh, D. (2013). *The cultural industries*. Sage.
- Imcine (2020). *Anuario estadístico de cine mexicano 2019*. Imcine.
- Jin, D. Y. (2019). Transnationalism, cultural flows, and the rise of the Korean wave around the globe. *The International Communication Gazette*, 81(2), 117-120. <https://doi.org/10.1177/1748048518802911>
- Mastrini, G. y Krakowiak, F. (2021). Netflix en Argentina: expansión acelerada y producción local escasa. *Comunicación y Sociedad*, 18, 1-23. <https://doi.org/10.32870/cys.v2021.7915>
- Martín-Barbero, J. (2007). Pensar la sociedad desde la comunicación. *Revista Colombiana de Sociología*, 29, 11-32. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/recs/article/view/8010>
- McDonald, K. y Smith-Rowsey, D. (2016). *The Netflix effect. Technology and entertainment in the 21st Century*. Bloomsbury.
- Murdock, G. (2000). Digital futures: European television in the age of convergence. En Wieten, J., Murdock, G. y Dahlgren, P. (eds.), *Television across Europe* (pp. 35-57). Sage. <https://doi.org/10.4135/9781446220344.n4>
- Murdock, G. y Golding, P. (2016). Political economy and media production: a reply to Dwyer. *Media, Culture & Society*, 38(5), 763-769. <https://doi.org/10.1177/0163443716655094>
- Piñón, J. (2014). A multilayered transnational broadcasting television industry: The case of Latin America. *The International Communication Gazette*, 76(3), 211-236. <https://doi.org/10.1177/1748048513516906>

- Senna, E. (2021). *Regulación de los derechos de productores y la propiedad intelectual en la era del streaming*. En Solot, S. (ed.), *El panorama de las políticas públicas audiovisuales en Latinoamérica* (pp. 140-144). LATC. <https://latamtrainingcenter.com/publicaciones/el-panorama-de-las-politicas-publicas-audiovisuales-en-latinoamerica-2021/?lang=es>
- Statista (2021a). Over the top (OTT) TV and video revenue in Latin America from 2018 to 2024 (in billion U.S. dollars). <https://www.statista.com/statistics/582484/ott-tv-video-revenue-in-latin-america/>
- Statista (2021b). Subscription video on demand (SVoD) revenue in Latin America from 2018 to 2022 (in billion U.S. Dollars). <https://www.statista.com/statistics/1090808/latin-america-svod-revenue/>
- Statista (2021c). Distribution of subscription video-on-demand (SVoD) over-the-top (OTT) active paid accounts in Latin America from 2019 to 2025, by platform. <https://www.statista.com/statistics/368280/subscribers-ott-vod-provider-latam/>
- Statista (2021d). Revenue generated by subscription video on demand (SVoD) services in Latin America in 2019, by provider origin. <https://www.statista.com/statistics/1098021/latin-america-svod-revenue-provider/>
- Statista (2021e). Number of Netflix viewers in Latin America from 2019 to 2023 (in millions). <https://www.statista.com/statistics/1065087/netflix-viewer-base-latin-america/>
- Statista (2021f). Number of Netflix viewers in Latin America from 2019 to 2023 (in millions). <https://www.statista.com/statistics/1065124/netflix-viewers-country-latin-america/>
- Statista (2021g). Amount of content available on Netflix in selected countries in Latin America as of April 2019. <https://www.statista.com/statistics/1006680/netflix-content-available-latin-america/>

- Stiegler, C. (2016). Invading Europe: Netflix's expansion to the European market and the example of Germany. En McDonald, K. y Smith-Rowsey, D. (eds.), *The Netflix effect. Technology and entertainment in the 21st century*. Bloomsbury.
- Straubhaar, J.D. (2007). *World television: from global to local*. Sage.
- Unesco (2005). Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales.
- Unesco (2019). Desafíos y asimetrías regulatorias de los servicios audiovisuales en Internet ¿Qué hacer?
- Unesco (2020). La cultura en crisis. Guía de políticas para un sector creativo resiliente.
- Van Keulen, J., Bauwens, J. y Krijnen, T. (2019). "Everyone working a little more closely together": Transnationalization of creative production in TV production conglomerates. *Television & New Media*, 21(7), 749-767. <https://doi.org/10.1177/1527476419844779>
- Vergara, J. I., Vergara, J. y Gundermann, H. (2012). Tramas y laberintos: sociología e identidad cultural latinoamericana. *Atenea*, 506, 13-27. <https://doi.org/10.4067/S0718-04622012000200002>
- Zaverucha, V. (2021). Crisis, asimetría y regulación. En S. Solot (ed.), *El panorama de las políticas públicas audiovisuales en Latinoamérica* (pp. 68-72). LATC. <https://latamtrainingcenter.com/publicaciones/el-panorama-de-las-politicas-publicas-audiovisuales-en-latinoamerica-2021/?lang=es>
- Zylberberg, J. (2021). Productores independientes v/s plataformas de streaming: la encrucijada del financiamiento. En Solot, S. (ed.), *El panorama de las políticas públicas audiovisuales en Latinoamérica* (pp. 86-89). LATC. <https://latamtrainingcenter.com/publicaciones/el-panorama-de-las-politicas-publicas-audiovisuales-en-latinoamerica-2021/?lang=es>