

# 시청자 권익보호제도 브라질편

2025.11



---

# 목 차

---

I. 브라질 사회 특성과 시청자 권익 이슈 .....	1
1. 브라질 미디어 시장의 변화 .....	1
2. 미디어 소유 집중과 표현의 자유 제약 .....	2
3. 브라질에 부는 K-드라마 열풍 .....	3
II. 브라질 방송제도 및 법령 구조 .....	4
1. 브라질 방송 시장 규모 및 현황 .....	4
2. 콘텐츠 제작 동향 .....	6
3. 미디어 산업 활성화를 위한 정책 .....	7
4. 관련 주요 정부 부처 .....	8
5. 관련 법령 및 지원 제도 .....	9
III. 최근 브라질 미디어 분야 동향 .....	11
1. 기술 혁신 : 가상현실(VR)과 증강현실(AR) 기술 도입 .....	11
2. 인공지능(AI) 및 데이터 분석의 활용 .....	13
IV. 브라질 사례가 주는 함의 .....	15
1. 공정한 시장질서 확립을 위한 제도 개선 .....	15
2. 불법복제 대응과 저작권 보호 강화의 사회적 연계 .....	16
3. 디지털 인프라와 지역 균형 발전 .....	17
4. 신흥 미디어 환경 변화와 디지털 전환 대응 .....	18
5. 미디어 리터러시와 시청자 교육의 체계화 .....	19
V. 결론 .....	20

## 브라질 사회 특성과 시청자 권익 이슈

브라질은 남아메리카 대륙에서 가장 넓은 영토를 가진 국가로, 세계에서 다섯 번째로 큰 면적을 보유하고 있다. 역사적으로 포르투갈의 식민지였던 브라질은 남미 국가 중 유일하게 포르투갈어를 공식 언어로 사용하며, 일부 지역에서는 원주민 언어<sup>1)</sup>도 병행된다.

정치체제는 대통령 중심제의 연방공화국으로, 상원과 하원으로 구성된 양원제를 운영한다. 그러나 오랜 기간 정치 부패, 사회적 불평등, 경제적 불안정 등의 구조적 문제로 인해 정치적 신뢰와 제도적 안정성이 흔들리는 경우가 적지 않다.<sup>2)</sup>

경제적으로 브라질은 남미 최대의 경제 규모를 자랑하며, 농업과 광업 등 1차 산업 기반이 탄탄하다. 커피, 설탕, 오렌지의 세계 최대 생산국으로 알려져 있으며, 철광석·소고기·대두가 주요 수출 품목이다. 2022년 기준 국내총생산(GDP)은 약 1조 9,201억 달러로 한국의 약 115% 수준이며, 1인당 GDP는 한국의 28%, 구매력 평가 지수(PPP)는 한국의 44% 수준이다. 다만, 상위 19%가 전체 소득의 56.8%를 차지하고 하위 50%는 9%에 불과할 정도로 빈부격차가 심한 편이다.<sup>3)</sup>

브라질의 평균 연령은 33.2세로 전 세계 평균(31.4세)보다 약간 높고, 한국(43.2세)보다 젊은 인구 구조를 보인다. 전체 인구의 절반 이상이 29세 이하이며, 경제활동 가능 인구(20~64세)는 58% 수준이다. 또한 인구의 약 89%가 도시에 거주하며, 남부 및 동부 대도시 지역에 인구가 집중되어 있다. 종교는 가톨릭(50%)과 개신교(31%)가 주류를 이루며, 다양한 인종과 문화가 공존하는 다문화 사회적 특성을 지닌다.<sup>4)</sup>

### 1. 브라질 미디어 시장의 변화

브라질 미디어 시장은 디지털 전환을 가속화하며 새로운 성장 국면을 맞이하고 있다. 남미 최대 경제 대국이자 2억 명이 넘는 인구를 보유한 브라질은 전통 방송과 디지털 플랫폼이 공존하는 복합적 미디어 생태계를 구축하고 있다.

코로나19 팬데믹 이후 미디어 소비는 온라인 중심으로 재편되었으며, 2024년 브라질 경제가 3.4% 성장세를 보 이면서 광고 시장 또한 회복 국면에 들어섰다. 특히 디지털 광고 비중이 전체의 절반 이상을 차지할 만큼 급격히 확대되고, OTT 서비스·온라인 뉴스·인플루언서 기반 콘텐츠 산업이 미디어 산업 성장을 견인하고 있다.<sup>5)</sup>

1) 2022년 인구조사에 따르면 브라질 원주민어는 약 274가지가 존재하고, 대표적인 것은 투피어임.

2) [해외 국가별 언론 매체 현황] 김선호 등, 한국언론진흥재단, P336

3) 「2023년 해외 OTT 이용행태조사(브라질)」 한국방송광고진흥공사, 2023년 12월, p. 18~20

4) 「2023년 해외 OTT 이용행태조사(브라질)」 한국방송광고진흥공사, 2023년 12월, p. 18~20

[표1] 브라질 미디어 사업 및 이용 행태 개요(2023~2024년)

구분	내용	비고
미디어 산업 규모	7,179백만 달러(신문 : 859백만 달러, 방송 : 6,320백만 달러)	2024년
언론자유지수	82위 (한국 62위) <sup>6)</sup>	
신뢰도	43% (한국 31위) <sup>7)</sup>	
TV 이용률 및 시간	86.6%, 191분(한국 71.4%, 149분) <sup>8)</sup>	2023년*
스마트폰 이용률 및 시간	95.6%, 208분(한국 91.4%, 120분)	
OTT 이용률 및 시간	64%, 177분(한국 77%, 70분)	

\* 미디어 이용행태 자료는 2023년 브라질 미디어 이용행태조사 결과를 반영하였으며, 비교 분석의 일관성을 위해 한국 역시 2023년 자료를 기준으로 게재함

## 2. 미디어 소유 집중과 표현의 자유 제약

브라질은 헌법상 표현의 자유를 보장하고 있으나, 실제 미디어 환경은 정치권력과 대기업의 영향력 아래에 놓여 있다. 주요 언론은 가족 경영형 재벌 미디어 그룹이 장악하고 있으며, 특히 브라질 거대 미디어 기업인 '글로벌 그룹(그루포 글로보, Grupo Globo)'과 '아브릴 그룹(그루포 아브릴, Grupo Abril)'이 방송, 인쇄, 라디오 등 대부분의 시장을 양분하고 있다.

정부의 직접적 개입과 경제적 제재로 언론의 자유가 제약되는 사례도 존재한다. 부패나 권력형 비리를 취재하는 탐사보도 기자들은 협박, 폭력, 명예훼손 소송 등 다양한 위험에 노출되어 있으며, 지역 언론은 재정난과 디지털 전환의 충격으로 점차 사라지고 있다.

최근에는 소셜 네트워크 플랫폼을 통한 허위정보 확산이 심화되면서 시민들의 언론 신뢰도 역시 하락하고 있다. 룰라 대통령은 집권 이후 정부와 언론 간의 적대적 관계 완화를 시도하고 있으나, 구조적 폭력과 소유 집중 문제는 여전히 시급한 과제로 지적된다.<sup>9)</sup>

5) [브라질, K-드라마에 빠지다 텔레노벨라와 한류 콘텐츠의 만남] 이재상, 한국언론진흥재단, 신문과 방송 8월호, P 91~93

6) 2024년 국경 없는 기자회(RSF)가 발표한 보고서, 세계 180개국 대상

7) 2024년 옥스퍼드대학교 부설 '로이터저널리즘연구소조사', 47개국 대상

8) [2023 방송매체 이용행태조사], 방송통신위원회, 정보통신정책연구원, 2023

9) [해외 국가별 언론 매체 현황] 김선호 등, 한국언론진흥재단, P337

이처럼 브라질의 미디어 환경은 '디지털 전환과 글로벌 콘텐츠 확산이라는 새로운 기회'와 '언론 자유 제약 및 미디어 소유 집중이라는 구조적 문제'가 공존하는 양상을 보인다. 이는 향후 시청자 권익 보호 정책과 미디어 다양성 보장 논의에서 핵심적 고려 요인이 될 것으로 보인다.

### 3. 브라질에 부는 K-드라마 열풍

최근 브라질에서는 K-드라마의 인기가 급상승하며 콘텐츠 소비 트렌드에 뚜렷한 변화를 일으키고 있다. 브라질 최대 미디어 그룹인 글로보(Globo)는 자사 OTT 플랫폼 글로보플레이(Globoplay)의 경쟁력 강화를 위해 K-드라마를 적극적으로 편성하고 있다. 대표적으로 지상파 인기 프로그램 <세상다 타르지(Sessão da Tarde)<sup>10)11)</sup>를 방영해 큰 호응을 얻은 데 이어, 2024년 5월부터 <멈추고 싶은 순간: 어바웃 타임(Questão de Tempo)><sup>12)</sup>을 후속작으로 선보였다. 해당 작품은 방영 직후 현지 시청자들의 높은 관심을 받으며, 더빙 및 자막 버전으로 글로보플레이에서 전 회차가 제공되고 있다.

글로보는 단순한 수입을 넘어 자사 대표 장르인 텔레노벨라(Telenovela)에 K-드라마 특유의 감성 서사를 접목하는 시도를 병행하고 있다. 2023년 방영된 텔레노벨라 <볼타 포르 시마(Volta por Cima)>는 한국 드라마식 로맨스 구조를 도입해 호평을 얻었으며, 향후 포르투갈어권 외 시장 진출을 위한 디지털 리라이팅<sup>13)</sup> 전략도 추진 중이다.

[그림1] 브라질 넷플릭스 방영 중인 '눈물의 여왕'



10) 포르투갈어로 오후 시간대이라는 뜻으로, TV 글로보(TV Globo)에서 월요일부터 금요일 오후에 영화를 방영하는 인기 TV프로그램명

11) 2023년 tvN에서 방영된 천우희, 김동욱 주연의 드라마 '이로운 사기'

12) 2018년 tvN에서 방영된 이성경, 이상윤 주연의 드라마 '멈추고 싶은 순간: 어바웃 타임'

13) 인공지능(AI)을 활용해 기존의 텍스트나 콘텐츠를 새로운 방식으로 다시 작성하는 것을 의미함

또한 SBT 방송은 <별에서 온 그대>를 <나의 별에서 온 사랑(Meu Amor das Estrelas)>이라는 현지 제목으로 재편성해 주요 시간대에 방영하고 있으며, HBO맥스는 브라질 최초의 K-POP 드라마 <옷장 너머로(Além do Guarda-Roupa)>를 직접 제작하여 화제를 모았다. <눈물의 여왕(Rainha das Lágrimas)>은 브라질 넷플릭스 TV 프로그램 부문 순위에 8주 연속 오르면서 명실상부 2024년 최고의 한국 드라마로 등극했다. 현지 언론은 K-드라마의 성공 요인으로 △짧은 회차 구성 △감정선 중심의 서사 △보편적 감동을 꼽으며, “브라질 시청자들에게 새로운 정서적 경험을 제공하고 있다”라고 평가했다. <sup>14)</sup>

Ecglobal(빅테크 Stefanini의 플랫폼 Haus가 운영하는 커스터머 인사이트 전문 업체)의 연구에 따르면, 브라질인 거의 90%가 한국 콘텐츠를 소비하며, 이 중 55%는 최소 일주일에 한 번 이상 시청하는 것으로 나타났다. 이처럼 수입부터 직접 제작까지 브라질에 부는 K-드라마의 열풍은 브라질만이 가지고 있는 미디어 시장의 특성이라 할 수 있다.

## 브라질 방송제도 및 법령 구조

---

### 1. 브라질 방송 시장 규모 및 현황

브라질의 미디어 산업은 ‘영화, TV, 음악 및 디지털 콘텐츠’를 포괄하는 종합 문화산업으로, 2023년 기준 약 ‘171억 브라질 헤알(한화 약 34억 달러)’ 규모로 추산된다. 브라질은 ‘남미 최대의 방송·미디어 시장’ 중 하나로, 인구 규모와 내수 기반을 바탕으로 성장 잠재력이 매우 큰 국가로 평가된다.

#### ① 주요 방송사

브라질의 주요 방송사는 Globo, SBT, Band, Record 등이며, 각 채널은 고유의 프로그램 성격과 시청자 층을 형성하고 있다.<sup>4)</sup>

□ Globo : 1965년 개국한 브라질 최대의 민영 지상파 방송사로, 라틴아메리카 전역에서 영향력이 큰 미디어 그룹이다. 전국 122개 방송망(Globo Network)을 보유하며, 전국 방송 도달률 98%로 TV시장 점유율 약 37%를 차지한다. 드라마, 뉴스, 스포츠 등 전 장르에서 주도적 위치를 점하고 있으며, 자체 OTT 서비스 ‘Globoplay’를 통해 디지털 콘텐츠 시장에도 진출하였다.

---

14) [브라질, K-드라마에 빠지다 텔레노벨라와 한류 콘텐츠의 만남] 이재상, 한국언론진흥재단, 신문과 방송 8월호, P 91~93

- SBT : 1981년 개국한 민영 방송사로, 어린이 프로그램과 멕시코산 텔레노벨라(Telenovela) 방영으로 대중적 인기를 유지하고 있으며, 가족 중심의 예능·오락 콘텐츠가 강세이다.
- Band (Bandeirantes) : 1967년 개국한 민영 방송사로 시사·보도 중심의 방송사로, 사회적 이슈를 다루는 프로그램 비중이 높다. 최근에는 온라인 채널 'Arte1'을 통해 다큐멘터리, 예술·문화 콘텐츠 및 아시아 드라마 등을 확보하고 있다.
- Record TV : 1953년 개국한 브라질에서 두 번째로 오래된 민영 방송사로, 라디오 및 디지털 콘텐츠 플랫폼 'PlayPlus'를 운영하며 종합 미디어 그룹으로 확장 중이다.
- TV Brasil : 2007년에 개국한 공영 방송사로 교육, 문화, 뉴스 프로그램을 제공하고 공공 서비스와 교육 콘텐츠에 중점을 둔다.<sup>15)</sup>

## ② OTT 및 디지털 플랫폼

브라질은 남미 최대 OTT(Over-the-Top) 시장으로, 2011년 넷플릭스(Netflix)가 진출한 이후 급격한 성장을 이어가고 있다. 코로나19 팬데믹을 계기로 스트리밍 서비스 이용이 폭발적으로 증가하며, 2023년 기준 브라질 OTT 시장 규모는 약 35억 달러(48조 3천억 원)에 달한다. 이는 2020년 대비 2배 이상 성장한 수준이다.<sup>16)</sup> 2022년 BB Media<sup>17)</sup>에 의하면, 브라질 OTT 이용자는 약 1억 3,440만 명(인구의 64%)이며, 주요 OTT 플랫폼은 다음과 같다.

- 국내 플랫폼 : Globoplay (현지 최대 OTT, 2015년 출시 이후 자국 제작 콘텐츠 중심으로 경쟁력 확보)
- 해외 플랫폼 : Netflix, Disney+, Amazon Prime Video, HBO Max 등

브라질 이용 OTT 서비스는 Netflix가 93.9%로 가장 많이 이용하고 있으며, 다음으로 Amazon Prime Video(69.2%), Youtube(61.1%), Disney+(53.2%) 순이다. 전반적으로 20~30대의 OTT 이용률이 많은 가운데, 로컬 Globoplay는 여성 및 20대 이상에서 이용률이 비교적 높다.<sup>18)</sup>

---

15) [해외 국가별 언론 매체 현황] 김선호 등, 한국언론진흥재단, P. 340

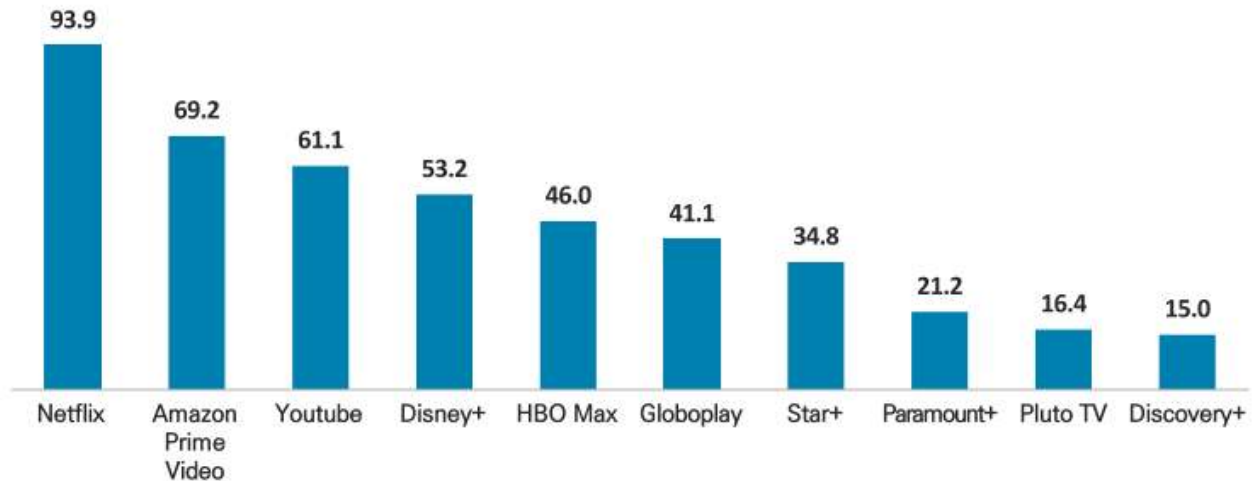
16) [해외 국가별 언론 매체 현황] 김선호 등, 한국언론진흥재단, P. 339~340

17) 미디어 및 엔터테인먼트 산업을 위한 데이터와 인사이트를 제공하는 글로벌 기업

18) [2023년 해외 OTT 이용행태조사(브라질)] 한국방송광고진흥공사, 2023년, P 25



[그림2] 브라질 이용 OTT 서비스(2023년, 단위 %)



## 2. 콘텐츠 제작 동향

### ① 현지 제작 콘텐츠의 증가

브라질 방송·영상 시장에서는 현지 제작 콘텐츠의 수요가 급증하고 있다. 이는 글로벌 온라인 동영상 서비스(OTT) 플랫폼의 진입 이후, 브라질의 문화와 정체성을 반영한 프로그램에 대한 관심이 확대된 결과로 분석된다. 특히 브라질 고유의 사회적 배경과 언어, 지역 문화를 반영한 드라마, 영화, 다큐멘터리의 제작이 활발하며, 사회적 이슈를 다루거나 지역적 특색을 담은 작품들이 대중으로부터 긍정적인 반응을 얻고 있다.<sup>19)</sup>

### ② 주요 인기 장르

- 드라마(Drama) : 브라질은 전통적으로 드라마(텔레노벨라) 장르의 인기가 매우 높다. 최근에는 단순한 로맨스 중심 서사에서 벗어나, 계층 격차·젠더·환경문제 등 사회적 주제를 다루는 작품이 늘어나고 있다.
- 리얼리티 프로그램(Reality Show) : <A Fazenda>, <Big Brother Brasil> 등 리얼리티 프로그램은 높은 시청률과 실시간 참여형 특성으로 대중적 인기를 유지하고 있다. 이러한 프로그램은 시청자의 온라인 참여와 사회 관계망 서비스(SNS) 확산을 통해 영향력을 확대하고 있다.

19) [브라질 콘텐츠 산업동향 : 브라질 시청각 산업 동향] 한국콘텐츠진흥원, 2024년 1호, P 5



- 다큐멘터리(Documentary) : 로컬 및 국제적 현안을 다루는 다큐멘터리 제작도 증가 추세에 있다. 특히 사회 정의, 환경보호, 인권 등 공공적 가치를 주제로 한 콘텐츠가 주목받으며, 시청자에게 다양한 시각과 통찰을 제공하는 형식으로 발전하고 있다.

### 3. 미디어 산업 활성화를 위한 정책

브라질 정부는 미디어 산업 및 창조경제 활성화를 위해 다각적인 정책과 프로그램을 추진하고 있다. 주요 정책은 △자금 지원 확대 △교육 및 인프라 확충 △해외 진출 지원 △규제 완화 등을 중심으로 구성되어 있으며, 이를 통해 국내 콘텐츠 생태계의 경쟁력 강화 및 글로벌 시장 진출 기반 마련을 목표로 하고 있다.

- 국가영화기금(FSA, Fundo Setorial do Audiovisual) 확대 및 개편

브라질 정부는 시청각 콘텐츠 제작을 위한 주요 자원인 국가영화기금(FSA)의 규모를 확대하고, 지원 대상을 다양화하고 있다. 이를 통해 독립 제작사 및 중소 콘텐츠 기업이 자금 지원을 받을 수 있는 기회를 확대하고, 영화·TV 뿐 아니라 디지털 콘텐츠 분야로 지원 범위를 확장하고 있다.

- 디지털 및 OTT 콘텐츠 지원 확대

기존의 영화·방송 제작 중심 지원에서 나아가, OTT 시리즈·다큐멘터리·온라인 영상 등 디지털 콘텐츠 전반으로 지원 범위를 확대하였다. 이는 급변하는 콘텐츠 소비 환경에 대응하고, 브라질 콘텐츠의 글로벌 경쟁력 제고를 목표로 한다.

- 해외 공동제작 협정 강화

브라질은 여러 국가와 공동제작협정(Co-Production Agreements)을 체결하고 있으며, 최근에는 협정의 범위를 유럽·아시아 등으로 확대하고 있다. 이를 통해 해외 제작사와의 협력, 외국 자본 유치, 기술 교류 활성화를 도모하고 있으며, 브라질 콘텐츠의 국제시장 진출 통로를 넓히고 있다.

- 글로벌 시장 진출 지원

정부는 브라질 콘텐츠의 유럽 및 아시아 시장 진출을 적극 지원하고 있다. 국제 콘텐츠 마켓(MIPTV, MIPCOM 등) 및 해외 박람회에 참가하여 브라질 콘텐츠의 홍보 및 투자자·플랫폼과의 네트워크 구축을 강화하는 데 주력하고 있다.

- OTT 플랫폼 지원 및 규제 완화

자국 OTT 플랫폼의 성장을 위해 일부 규제 완화 및 정책적 지원을 시행 중이다. 이를 통해 글로벌 OTT 사업자와의 경쟁에서 국내 플랫폼의 자생력과 로컬 콘텐츠 제작 역량을 강화하고자 한다.

#### □ 기술 혁신 및 연구개발(R&D) 지원

정부는 AI, VR, AR 등 첨단 기술을 콘텐츠 산업에 도입하기 위한 연구개발 자금을 지원하고 있다. 특히 게임, 애니메이션, 디지털 광고 등 기술 융합형 콘텐츠 분야에서 혁신적 시도를 촉진하는 방향으로 산업 정책을 확대하고 있다.<sup>20)</sup>

브라질의 미디어 산업 정책은 단순한 문화 지원을 넘어 산업 경쟁력 강화와 글로벌 시장 연계를 중점으로 하고 있다. 특히 자국 제작 역량 강화(로컬화)와 국제 협력 확대(글로벌화)라는 두 축을 병행하는 점이 특징이며, 이는 향후 브라질을 남미 콘텐츠 허브로 도약시키려는 전략적 기조로 해석된다.

#### 4. 관련 주요 정부 부처

브라질의 미디어 산업은 문화부(Ministério da Cultura, MinC)를 중심으로 여러 정부 기관이 협력하여 관리·감독하고 있다. 특히 통신·방송 규제, 공공 커뮤니케이션, 영화·영상 산업 지원 등 기능별로 세분화된 기관 체계를 운영하고 있으며, 이들 기관은 콘텐츠 산업 진흥과 공공 커뮤니케이션 체계 확립에 핵심적인 역할을 수행하고 있다.

#### □ 연방통신청(ANATEL, Agência Nacional de Telecomunicações)

브라질의 통신 및 방송 분야를 총괄 규제하는 정부 기관으로, 주파수 할당, 통신 인프라 관리, 기술 표준 제정을 담당한다. 주요 기능은 라디오·텔레비전·이동통신·인터넷 등 모든 통신 매체의 서비스 품질을 감독하고, 공정한 시장 경쟁을 촉진함으로써 국민에게 안정적이고 양질의 통신 서비스를 제공하는 것에 있다.

□ 브라질 정부 커뮤니케이션 부서(Secom, Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República)  
대통령 직속 부서로서 정부의 대국민 커뮤니케이션 및 홍보 전략을 총괄한다. 정부 정책과 주요 이니셔티브를 국민에게 효과적으로 전달하기 위한 홍보 캠페인 기획 및 실행, 언론 대응, 공공관계(PR) 조율 등의 역할을 수행하며, 정부 이미지 및 신뢰 형성 관리 기능을 담당한다.

#### □ 시청각부(Secretaria do Audiovisual)

문화부 산하 부서로, 교육, 문화유산 보존, 영화예술 진흥 등 시청각 문화 전반의 정책을 담당한다. 특히 ANCINE(브라질 영화청)와 협력하여 국가 미디어 산업의 제도적 발전 기반 구축에 기여하고 있으며, 시청각 교육, 영화제 지원, 문화 다양성 증진 프로그램 등을 주요 업무로 수행한다.

#### □ 브라질 영화청(ANCINE, Agência Nacional do Cinema)

문화부 산하의 재정적·행정적으로 독립된 준정부기관으로, 브라질 미디어 산업의 정책 집행, 규제, 지원 및 감독

---

20) [브라질 콘텐츠 산업동향 : 브라질 시청각 산업 동향] 한국콘텐츠진흥원, 2024년 1호, P 10

기능을 수행하고 있다. 영화 및 영상 콘텐츠 제작·배급·상영 전반의 산업 지원, 콘텐츠 유통 구조 개선, 산업 성장 촉진을 위한 제도적·재정적 지원 제공 등이다. ANCINE은 브라질 문화콘텐츠의 국내외 경쟁력 강화를 위한 핵심 정책 수행 기관으로 평가된다.<sup>21)</sup>

## 5. 관련 법령 및 지원 제도

### ① 주요 법적 기반

#### □ 1988년 연방헌법(Constituição Federal de 1988)

군사독재 종식 이후 제정된 1988년 연방헌법은 '민주주의 회복과 인권 보호'를 목적으로 하며, 브라질 사회의 법적·정치적 토대를 확립하였다. 특히 '언론 및 표현의 자유 보장, 검열 금지, 정보 접근권 보장' 등을 명시하고 있다. 헌법 제5조는 사상과 의견의 자유, 언론 및 정보의 자유를 보호하며, 이러한 규정을 통해 브라질은 '자유로운 표현과 언론활동을 보장하는 민주적 기반'을 확립하였다.

#### □ 언론법(Lei de Imprensa, 1967)

군사정권 시절 제정된 언론법은 당시 정권에 비판적인 보도를 억압하기 위한 수단으로 활용되었다. 명예훼손·비방·허위정보 유포에 대한 형사 처벌 조항을 포함했으며, 사실상 '사전검열 및 언론통제의 법적 근거'로 작용하였다. 그러나 2009년 연방 대법원은 해당 법률의 주요 조항이 헌법상 표현의 자유에 위배된다고 판결하여 다수를 폐지하였다. 이후에도 '명예훼손 관련 민사소송 등 일부 법적 분쟁은 지속'되고 있다.

#### □ 인터넷 시민법(Marco Civil da Internet, 2014)

2014년 제정된 인터넷 시민법은 브라질의 '디지털 권리장전(Digital Bill of Rights)'으로 평가된다. 인터넷 사용자 권리, 네트워크 중립성, 개인정보 보호를 핵심으로 하며, △표현의 자유 보장, △서비스 제공자의 검열 금지, △데이터 보유·처리에 관한 명확한 기준을 규정하였다. 또한, 인터넷 서비스 제공 업체(ISP)에 '개인정보 보호 의무'를 부과하여 '디지털 환경에서의 민주적 가치와 신뢰성 강화'에 크게 기여하였다.

#### □ 인공지능 규제 법안(Projeto de Lei nº 2338/2023)

2023년 5월 발의된 AI 규제 법안은 고위험 인공지능 시스템의 투명성 및 책임성 확보를 목표로 한다. 주요 내용으로는 △AI 시스템의 목적·위험·영향 평가 공개 의무, △피해 발생 시 엄격한 책임 부과, △이용자 권리(사전 고지 및 결과 설명 요구권) 보장 등이 포함된다. 해당 법안은 'EU AI 법안과 유사한 위험기반 접근(Risk-Based Approach)'을 채택하였으며, 브라질의 '디지털 윤리 및 기술규제 체계 확립을 위한 핵심 기반 법안'으로 평가된다.<sup>22)</sup>

---

21) [브라질 콘텐츠 산업동향 : 브라질 시청각 산업 동향] 한국콘텐츠진흥원, 2024년 1호, P 11

22) [해외 국가별 언론 매체 현황] 김선호 등, 한국언론진흥재단, P. 340~341

## ② 세제 혜택 제도

### □ 루아네(Rouanet) 법 (Lei Rouanet, 1991)

브라질의 대표적인 문화 진흥 세제제도로, 문화지원 프로그램(PRONAC)을 통해 기업 및 개인이 소득세의 일정 비율을 문화산업 투자로 전환할 수 있도록 허용한다. 이를 통해 문화·미디어 산업에 대한 민간투자를 활성화하며, 공공 예술과 문화콘텐츠의 자생적 발전 기반을 마련하였다.

### □ 시청각법(Audiovisual Law, 1993)

독립영화 제작 활성화를 위해 제정된 법률로, 영화 투자에 대한 세액공제 혜택을 제공한다. 기업과 개인은 투자금의 일부를 세금에서 공제받을 수 있으며, 조성된 자금은 독립영화 제작, 배급, 상영 인프라 확충에 사용된다. 이 제도는 국내외 민간 자본의 미디어 산업 유입을 촉진하여 산업 기반을 확장하는 계기가 되었다.

### □ 문화 활동 프로그램(ProAC, Programa de Ação Cultural)

상파울루 주정부가 운영하는 주(州) 단위 문화 세제 지원 프로그램으로, 기업 및 개인이 납부해야 할 주세(ICMS)의 일부를 문화·예술 프로젝트 후원금으로 전환할 수 있도록 허용한다. 영화, 음악, 연극, 시각예술 등 다양한 분야를 대상으로 공모를 통해 지원 프로젝트를 선정하며, 예술성과 창의성을 기준으로 평가된다. 이를 통해 문화산업 투자 촉진, 지역 예술 생태계 강화, 신진 예술가 발굴 및 고용 창출에 기여하고 있다.<sup>23)</sup>

## ③ 직접 자금 지원 제도

### □ 시청각 섹터 기금(FSA, Fundo Setorial do Audiovisual)

2006년 설립된 FSA는 브라질 영화 및 TV 프로그램 제작을 위한 핵심 재정 지원 기금으로, 국가영화산업발전기여금(Condecine)을 주요 재원으로 한다. 프로젝트 개발·제작·배급·인프라 확충 등 산업 전반에 걸쳐 자금을 지원하며, 특히 독립 콘텐츠 제작사 및 중소 규모 프로젝트 지원 확대를 통해 산업의 다양성을 강화하고 있다.

### □ '모든 스크린을 위한 브라질' 프로그램(Brasil de Todas as Telas)

2014년 정부가 추진한 대규모 미디어 산업 육성 프로젝트로, 약 4억 5천만 달러 규모의 자금을 투입하였다. 영화 및 방송 콘텐츠의 제작, 배급, 상영 플랫폼 확장을 포괄적으로 지원하며, 이를 통해 300편 이상의 장편영화와 2,000시간 이상의 방송콘텐츠 개발이 이루어졌다. 본 프로그램은 브라질의 콘텐츠 산업 가치사슬 전반을 강화한 대표적 성공사례로 평가된다.

브라질의 미디어 산업 법·제도 체계는 표현의 자유와 문화 다양성 보장을 근간으로, 세제 인센티브-직접 지원-기술

---

23) [브라질 콘텐츠 산업동향 : 브라질 시청각 산업 동향] 한국콘텐츠진흥원, 2024년 1호, P 13

규제가 유기적으로 결합된 형태로 발전하고 있다. 특히 시청자 섹터 기금(FSA) 및 시청각법(Audiovisual Law)를 중심으로 한 재정 지원 구조는 브라질이 남미 지역에서 가장 견고한 콘텐츠 진흥정책 체계를 갖춘 국가로 자리매김하는 데 핵심적인 역할을 하고 있다.<sup>24)</sup>

## 최근 브라질 미디어 분야 동향

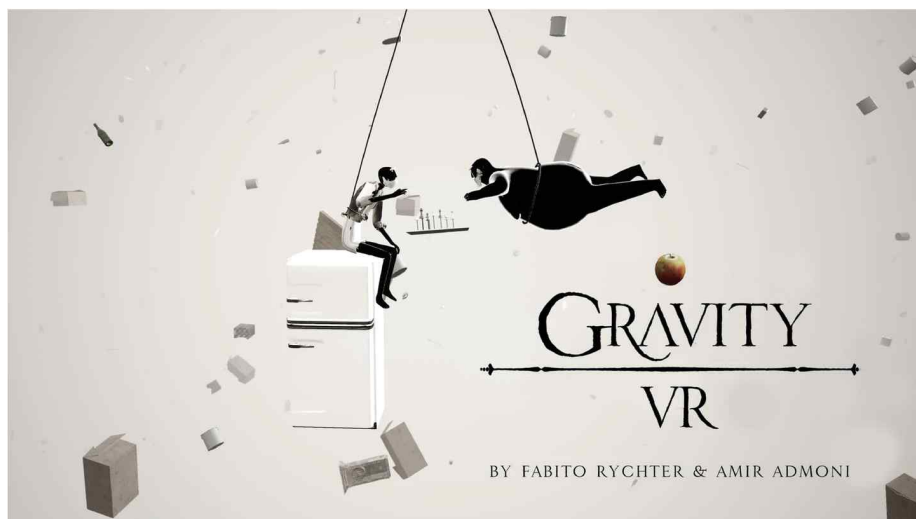
---

### 1. 기술혁신 : 가상현실(VR)과 증강현실(AR) 기술 도입

브라질 미디어 산업에서는 디지털 콘텐츠 소비의 급증과 이용자 경험 향상을 위한 노력에 따라 가상현실(VR) 기술의 도입이 점차 확대되고 있다. VR은 이용자에게 높은 몰입감을 제공함으로써 콘텐츠 소비 방식을 근본적으로 변화시키는 기술로 주목받고 있다.

VR 기기와 관련 소프트웨어의 기술적 발전으로 제작자들의 접근성이 향상되었으며, 이에 따라 다양한 분야에서 VR 콘텐츠 제작이 활발히 이루어지고 있다. 브라질의 여러 영화 제작사들은 VR 기반의 단편영화 및 체험형 콘텐츠<sup>25)</sup>를 선보이고 있다.

[그림3] 브라질 VR 단편 영화 'Gravity VR'



24) [해외 국가별 언론 매체 현황] 김선호 등, 한국언론진흥재단, P. 340~341

25) 아마존 열대우림, 리우데자네이루의 역사와 문화 등의 주제로 콘텐츠 제작, VR분야의 개척자 히카르두 라가나루 감독이 대표적 인물  
대표적인 VR콘텐츠는 Amazônia Viva(아마존에 대한 메시지를 다룬 바르셀로나 플래닛 영화제 최우수 VR 영화), Gravity VR(2020년 칸영화제에서 경쟁 부문 후보에 올랐던 브라질 VR 단편 영화) 등이 있음

또한 브라질의 인디 게임 개발자들은 VR을 활용한 창의적 게임 콘텐츠를 개발함으로써 글로벌 시장에서의 경쟁력을 높이고 있으며, 교육기관에서는 VR을 활용한 인터랙티브 학습 프로그램을 도입하여 학습자의 참여와 이해도를 높이고 있다. 이러한 움직임은 미디어 산업을 넘어 교육·문화 전반으로 확산되는 추세를 보이고 있다.

다만, 고품질 VR 콘텐츠를 구현하기 위해서는 고해상도 영상처리, 대용량 데이터 전송, 안정적 네트워크 등 기술 인프라의 확충이 필수적이나, 브라질의 경우 여전히 지역 간 인프라 격차가 존재하고 있어 향후 개선이 필요한 과제로 지적된다.

그럼에도 불구하고, VR 기술은 향후 브라질 미디어 산업의 혁신을 견인할 핵심 기술로 평가된다. 다양한 산업 군에서 VR 응용이 확산되고 있으며, 문화·교육·오락 분야를 중심으로 새로운 부가가치를 창출할 수 있는 성장 잠재력이 높게 평가되고 있다.<sup>26)</sup>

증강현실(AR) 기술은 브라질 미디어 산업에서 또 다른 혁신 동력으로 부상하고 있다. AR은 현실 공간에 가상 이미지를 결합하여 관객의 몰입감과 상호작용을 강화하는 기술로, 콘텐츠 제작·배급·소비 전반에 걸쳐 영향을 미치고 있다.

브라질의 영화 및 방송 스튜디오들은 AR 기술을 활용하여 실시간 시각효과 및 인터랙티브한 스토리텔링 방식을 도입하고 있으며, 이를 통해 기존 영상 콘텐츠가 제공하지 못했던 참여형 시청 경험을 구현하고 있다. 이러한 기술은 영화제, 공연, 브랜드 론칭 행사 등에서도 활발히 적용되고 있으며, 관객이 가상 캐릭터나 장면과 상호작용할 수 있도록 하여 몰입형 현장 경험을 제공하고 있다.

또한 AR 기술은 기업의 광고 및 마케팅 전략에서도 적극 활용되고 있다. 브라질 내 다수의 브랜드는 제품 출시 및 프로모션 캠페인에서 AR 기반 애플리케이션을 도입하여 소비자들이 제품과 직접 상호작용하도록 유도하고 있으며, 이는 브랜드 인지도 제고와 소비자 참여 확대에 긍정적인 영향을 미치고 있다.

일부 브라질 영화 제작자들은 AR 요소를 서사 구조에 통합하여 시각적 몰입감과 창작적 실험성을 동시에 추구하고 있으며, 이러한 시도는 브라질 미디어 산업의 콘텐츠 다양성 확대와 기술 융합적 발전에 기여하고 있다.<sup>27)</sup>

브라질 미디어 산업의 기술혁신은 VR과 AR을 중심으로 빠르게 확산되고 있으며, 이는 산업 구조 전반의 디지털 전환과 새로운 시청 경험 창출을 가속화하는 주요 요인으로 작용하고 있다. 다만, 기술 인프라의 지역적 불균형, 전문 인력 부족, 초기 투자비용 부담 등은 여전히 해결해야 할 과제로 남아 있다.

---

26) [브라질 콘텐츠 산업동향 : 브라질 시청각 산업 동향] 한국콘텐츠진흥원, 2024년 1호, P 7

27) [브라질 콘텐츠 산업동향 : 브라질 시청각 산업 동향] 한국콘텐츠진흥원, 2024년 1호, P 7

그럼에도 불구하고, 브라질 정부와 민간 부문은 기술 기반 콘텐츠 제작을 활성화하기 위한 다양한 지원 프로그램을 확대하고 있으며, 향후 VR·AR 기술이 미디어 산업의 경쟁력 강화와 글로벌 진출의 핵심 기반으로 자리매김할 것으로 전망된다.

## 2. 인공지능(AI) 및 데이터 분석의 활용

브라질 미디어 산업은 인공지능(AI) 기술의 도입을 통해 콘텐츠 제작, 유통, 소비 전반에서 구조적 변화를 겪고 있다. 특히 AI 기반의 콘텐츠 추천 시스템과 데이터 분석 기술은 이용자 맞춤형 서비스 구현과 산업 효율성 제고에 크게 기여하고 있으며, 브라질 내 OTT 플랫폼과 글로벌 스트리밍 서비스의 핵심 경쟁력으로 자리 잡고 있다.

이러한 기술 발전은 디지털 콘텐츠 소비가 급격히 증가한 브라질의 미디어 환경 변화에 대응하기 위한 전략으로, 사용자 중심의 개인화 서비스와 자동화된 제작 프로세스의 확대를 이끌고 있다.

### ① AI 기반 콘텐츠 추천 시스템

브라질은 넷플릭스, 아마존 프라임 비디오 등 글로벌 스트리밍 서비스의 주요 시장으로, 다양한 문화적 배경과 개별적 취향을 지닌 소비자층을 보유하고 있다. 이에 따라 AI를 활용한 콘텐츠 추천 시스템의 중요성이 높아지고 있으며, 주요 사업자들은 기계학습(machine learning), 딥러닝 기반 자연어 처리(NLP), 협업 필터링(collaborative filtering) 및 콘텐츠 기반 필터링(content-based filtering) 등을 적극 도입하고 있다.<sup>28)</sup>

#### □ 기계학습 기반 추천

머신러닝 알고리즘을 활용해 이용자의 시청 이력, 선호 장르, 배우, 감독, 국가별 콘텐츠 소비 패턴 등을 분석하여 유사한 사용자 그룹을 분류하고, 개인화된 콘텐츠를 제안하고 있다.

#### □ 딥러닝 기반 자연어 처리(NLP)

자막, 리뷰, 소셜미디어 반응 등 비정형 데이터를 분석하여 시청자들이 선호하는 키워드와 감정적 반응을 추출함으로써 추천 알고리즘을 지속적으로 개선하고 있다.

#### □ 협업 필터링 및 콘텐츠 기반 필터링

협업 필터링은 유사한 시청 성향을 가진 이용자 간 추천 데이터를 교차 적용하여 새로운 콘텐츠를 제안하는 방식으로, 신규 콘텐츠 확산에 효과적이다. 콘텐츠 기반 필터링은 시청한 콘텐츠의 속성(장르, 주제, 배우 등)을 학습하여 유사 특성을 가진 작품을 추천하며, 브라질 시청자에게 현지 콘텐츠와 글로벌 콘텐츠를 균형 있게 제공하는 데 활용되고 있다.

---

28) [브라질 콘텐츠 산업동향 : 브라질 시청각 산업 동향] 한국콘텐츠진흥원, 2024년 1호, P 11~12



## ② AI의 제작 단계 활용

### □ 영상 품질 향상

AI 알고리즘은 색상 보정, 이미지 안정화, 노이즈 제거 등을 자동으로 수행하여 영상의 시각적 품질을 향상시키고 있다. 이를 통해 영화, 드라마, 광고 등에서 고해상도·고품질 영상 구현이 가능해졌다.

### □ 특수 효과 및 시각 효과(VFX)

AI 기반 기술은 복잡한 시각효과를 자동화하여 몰입감 높은 장면을 구현하고, 기존 대비 제작 시간을 단축시키며 비용 효율성을 제고한다.

### □ 사운드트랙 및 음악 제작

AI는 특정 장면의 분위기나 감정에 맞는 음악을 자동 생성하거나, 시청자의 감정 반응을 분석하여 배경음악의 리듬과 강도를 조정한다. 이를 통해 감정 몰입도를 높이고, 장면별 감정선을 정밀하게 제어할 수 있다.

### □ 편집 및 후반 작업

AI는 원본 영상을 자동 분석하여 최적의 컷과 전환을 제안하고, 영상의 구성을 자동화함으로써 편집 효율성을 극대화한다. 이에 따라 제작자는 반복적 기술 작업에서 벗어나 창의적 연출과 서사 구성에 집중할 수 있게 되었다.<sup>29)</sup>

## ③ 주요 적용 사례

### □ 글로벌 스트리밍 서비스

넷플릭스, 스포티파이 등은 브라질 시장에 특화된 AI 추천 엔진을 개발하여, 브라질 이용자의 언어·문화·취향 데이터를 기반으로 개인화된 콘텐츠 피드를 제공하고 있다.

### □ 국내 OTT 플랫폼

브라질의 대표 OTT 사업자인 GloboPlay와 Globenet은 자체 AI 알고리즘을 통해 현지 콘텐츠 중심의 추천 시스템을 운영하고 있으며, 이를 통해 국내 제작물의 접근성과 소비를 확대하고 있다.

### □ 소셜미디어 플랫폼

인스타그램, 유튜브 등은 브라질 이용자 데이터를 기반으로 맞춤형 콘텐츠 큐레이션을 강화하고 있다. 특히 이용자의 '체류 시간'과 '참여율'을 분석하여, 개별 이용자에게 최적화된 영상 피드를 제공함으로써 플랫폼 내 소비 시간을 증대시키고 있다.

---

29) [브라질 콘텐츠 산업동향 : 브라질 시청각 산업 동향] 한국콘텐츠진흥원, 2024년 1호, P 11~12

브라질 미디어 산업에서의 AI 활용은 콘텐츠 소비 패턴을 정교하게 분석하고, 개인 맞춤형 서비스 제공을 가능하게 하여 산업 경쟁력 강화에 기여하고 있다. 특히 추천 시스템, 자동화 편집, 감정 기반 음악 구성 등은 콘텐츠 제작의 효율성과 몰입도를 동시에 향상시키는 주요 기술로 부상하고 있다.

다만, AI의 데이터 의존성이 높아짐에 따라 개인정보 보호, 알고리즘 편향, 투명성 확보 등의 윤리적 과제도 함께 제기되고 있다. 이에 브라질 정부는 2023년 발의된 AI 규제 법안(Projeto de Lei 2338/2023)을 통해 투명성 확보 및 책임성 강화를 추진하고 있으며, 산업계는 기술 혁신과 윤리적 기준의 조화를 위한 자율 규제 체계 마련에 나서고 있다.

종합적으로 볼 때, AI와 데이터 분석 기술은 브라질 미디어 산업의 디지털 전환 가속화, 시장 경쟁력 강화, 창의적 콘텐츠 생태계 확립을 견인하는 핵심 요소로 자리매김하고 있다.<sup>30)</sup>

## 브라질 사례가 주는 함의

---

브라질 정부는 미디어 산업과 창조경제를 국가 전략산업으로 인식하고, 자국 콘텐츠의 글로벌 경쟁력 강화를 위해 제도적·기술적·교육적 지원을 종합적으로 추진하고 있다. 정부의 자금 지원, 전문 인력 양성, 저작권 보호 강화, 디지털 인프라 확충 등은 미디어 산업의 경쟁력 제고와 지속 가능한 생태계 조성에 핵심적으로 기여하고 있다. 이러한 정책적 방향은 시청자 권익 보호 및 미디어산업 진흥 정책 추진에 다음과 같은 시사점을 제공한다.

### 1. 공정한 시장질서 확립을 위한 제도 개선

최근 브라질 시청각 시장은 글로벌 OTT 플랫폼(예: 넷플릭스, 아마존 프라임 비디오 등)의 급속한 진출로 경쟁이 심화되고 있으며, 대형 방송사 중심의 독점적 구조 속에서 중소 제작사의 시장 진입이 제한되는 구조적 문제를 겪고 있다. 여기에 불법 복제 확산과 소비자 취향의 세분화가 맞물리면서 산업 전반이 급격한 변화 국면에 놓여 있다.

이러한 시장 환경 속에서 브라질 정부는 공정한 거래 체계 확립과 국내 콘텐츠 시장의 균형적 성장을 위한 제도 개선이 절실히 요구되는 상황이다. 특히 대형 방송사와 온라인 플랫폼 간의 불공정 관행을 개선하고, 중소 제작사의 자생력 강화를 위한 제도적 장치 마련이 핵심 과제로 부상하고 있다. 중소 제작사들이 안정적인 제작 기반을 확보하기 위해서는 방송사 및 플랫폼 간 협력 관계를 제도적으로 촉진하고, 공동 프로젝트 추진을 통해 제작비 절감 및 창작 다양성 확대를 도모할 필요가 있다.

---

30) [브라질 콘텐츠 산업동향 : 브라질 시청각 산업 동향] 한국콘텐츠진흥원, 2024년 1호, P 11~12

또한 브라질의 문화적 정체성과 사회적 가치를 반영한 차별화된 콘텐츠 제작을 통해 글로벌 경쟁력을 강화하는 전략이 요구된다. 단순한 시장 점유율 확대를 넘어, 브라질 고유의 문화·언어·사회 이슈를 적극적으로 콘텐츠에 반영함으로써 현지 시청자와의 공감대를 형성하고 해외 시장에서도 문화적 독창성을 기반으로 한 브랜드 가치를 높일 수 있다.

더불어 AR·VR 등 첨단 기술을 활용한 몰입형 시청 경험(immersive experience) 제공은 새로운 성장 동력으로 평가된다. 기술 혁신을 적극적으로 도입함으로써 콘텐츠 소비 방식의 다양화에 대응하고, 브라질 미디어 산업의 글로벌 경쟁력을 제고할 수 있을 것으로 전망된다.<sup>31)</sup>

이와 같은 다층적 전략은 단기적으로는 시장 구조의 불균형 해소와 제작 생태계의 다양성 확보에 기여하고, 장기적으로는 문화적 다양성을 기반으로 한 창조경제 발전의 핵심 동력으로 작용할 것으로 분석된다. 브라질의 이러한 제도 개선 방향은 우리나라 또한 미디어 산업의 공정성·포용성 강화를 위한 정책적 참고 사례로서 의미가 있다.

## 2. 불법복제 대응과 저작권 보호 강화의 사회적 연계

브라질에서는 음악, 영화, TV 프로그램 등 다양한 시청각 콘텐츠의 불법 복제가 여전히 광범위하게 발생하고 있으며, 이는 산업 전반의 구조적 취약성으로 지적되고 있다. 기술 발전과 인터넷 보급의 확산으로 불법 복제 행위가 한층 용이해지면서, 일부 소비자들 사이에서는 이를 '무료 콘텐츠 접근 수단'으로 오인하는 왜곡된 인식이 확산되고 있다.

이러한 환경은 제작자와 배급사에게 막대한 재정적 손실을 초래할 뿐 아니라, 콘텐츠 산업의 지속 가능성과 창작 생태계의 안정성을 심각하게 위협하고 있다. 불법 복제가 만연할 경우 제작사의 투자 의욕이 저하되고, 고품질 콘텐츠 제작을 위한 재정적 기반이 약화되어 결과적으로 산업 전반의 창작 역량 저하로 이어질 우려가 있다. 또한 소비자 개인이 불법 콘텐츠를 이용하거나 공유할 경우, 저작권 침해 소송 등 법적·경제적 리스크에 노출되는 사례가 증가하고 있어 사회적 경각심이 요구된다.

이와 같은 문제에 대응하기 위해 브라질 정부와 산업계는 저작권 보호 강화와 불법 복제 근절을 위한 다층적 정책 대응체계를 마련하고 있다. 우선, 저작권 관련 법제 정비를 통해 창작자와 제작사의 권익을 실질적으로 보호할 수 있는 제도적 기반을 강화하고 있으며, 정부와 민간 간의 협력체계를 구축하여 온라인 불법 복제에 대한 단속 및 법적 조치를 강화하고 있다. 특히 콘텐츠 유통 경로의 투명성 확보를 위한 기술적 관리체계(디지털 워터마크, 추적 시스템 등)를 병행함으로써, 불법 복제의 사후 단속을 넘어 사전 예방 중심의 관리체제로 전환을 시도하고 있다.

---

31) [브라질 콘텐츠 산업동향 : 브라질 시청각 산업 동향] 한국콘텐츠진흥원, 2024년 1호, P 18

아울러, 단속과 처벌 중심의 접근만으로는 불법 복제를 근절하기 어렵다는 인식 아래, 브라질 정부는 소비자 인식 개선과 사회적 교육을 병행하는 '사회적 연계형 대응 전략'을 추진하고 있다. 저작권의 중요성과 불법 콘텐츠 이용의 법적·사회적 결과를 알리는 공공 캠페인을 강화하고, 학교·커뮤니티·온라인 플랫폼을 통한 교육 프로그램을 운영함으로써, 합법적 콘텐츠 이용 문화를 확산시키고 있다. 이러한 접근은 단순한 법 집행을 넘어, 국민 인식 제고와 자발적 참여를 통한 지속 가능한 저작권 보호 생태계 조성으로 이어지고 있다.<sup>32)</sup>

결과적으로 브라질의 불법 복제 대응 정책은 법·산업·시민의식의 삼중 연계 구조를 통해 사회 전체의 책임 공유 체계를 형성하고 있다는 점에서 의미가 크다. 이는 우리나라 또한 저작권 보호를 산업 정책 차원뿐 아니라 시민 인식 개선과 문화적 책임의식 함양을 병행하는 통합적 접근으로 확대할 필요가 있음을 시사한다.

### 3. 디지털 인프라와 지역 균형 발전

브라질 미디어 산업의 지속적 성장과 포용적 발전을 위해서는 안정적이고 포괄적인 디지털 인프라 구축이 핵심 과제로 꼽힌다. 현재 브라질은 지역 간 인터넷 보급률과 통신망 수준의 격차가 여전히 존재하며, 특히 내륙 및 저개발 지역의 경우 고속 통신망 접근성이 낮아 시청각 콘텐츠의 제작·유통·소비 전 과정에서 제약이 발생하고 있다. 이러한 인프라 불균형은 단순한 기술적 문제를 넘어, 지역 간 정보 격차와 문화 접근성의 불평등으로 이어질 가능성이 크다.

이에 따라 브라질 정부는 디지털 인프라 확충을 국가적 전략 과제로 설정하고, 전국 단위의 네트워크 연결성과 콘텐츠 접근성을 강화할 필요가 있다. 구체적으로는 광대역 통신망 확장, 데이터 센터 및 클라우드 기반 인프라 구축, 공공 와이파이 확대 등 물리적 인프라 개선뿐 아니라, 중소 제작사와 지역 미디어의 제작 역량 강화를 위한 기술 지원이 병행되어야 한다.

또한 지역별 창작 거점을 조성하여 수도권에 집중된 콘텐츠 제작 생태계를 분산시키고, 지역의 문화적 다양성을 반영한 시청각 콘텐츠 제작을 촉진해야 한다. 이를 통해 지역 단위의 고용 창출과 창작 인력 양성, 지역 경제 활성화 효과를 동시에 도모할 수 있다.<sup>33)</sup>

이와 같은 디지털 인프라 고도화와 지역 균형 발전 전략은 브라질 미디어 산업의 경쟁력을 제고하는 동시에, 국민 누구나 동등하게 문화와 정보에 접근할 수 있는 환경을 조성함으로써 지속 가능한 미디어 생태계 구축의 기반이 될 것으로 기대된다.

---

32) [브라질 콘텐츠 산업동향 : 브라질 시청각 산업 동향] 한국콘텐츠진흥원, 2024년 1호, P 19

33) [브라질 콘텐츠 산업동향 : 브라질 시청각 산업 동향] 한국콘텐츠진흥원, 2024년 1호, P 20

#### 4. 신흥 미디어 환경 변화와 디지털 전환 대응

브라질 미디어 산업은 소셜미디어의 급격한 확산과 이에 따른 새로운 미디어 권력의 부상으로 전환기를 맞이하고 있다. 인스타그램, 틱톡, 페이스북 등 플랫폼이 젊은 세대를 중심으로 빠르게 확산되면서, 브라질 인스타그램 이용자는 약 1억 4,000만 명에 달해 전체 인구의 약 67%를 차지한다.

이와 같은 환경 변화 속에서 수백만 명의 팔로워를 보유한 인플루언서와 크리에이터들이 전통 언론을 넘어서는 영향력을 행사하고 있으며, 이는 미디어 소비 행태, 여론 형성 구조, 광고 시장의 경쟁 구도에까지 중대한 변화를 초래하고 있다. 기업들은 이러한 디지털 인플루언서와의 협업을 통해 직접적인 소비자 소통 채널을 확보하고, 디지털 광고 시장을 확대하는 전략을 강화하고 있다. 동시에 인플루언서들은 사회적 의제 설정과 공공 담론 형성 과정에서 점점 더 중요한 역할을 담당하고 있다.

그러나 새로운 미디어의 부상은 긍정적 변화와 함께 여러 부작용도 동반하고 있다. 소셜미디어를 통한 허위정보 확산과 가짜 뉴스의 증가가 대표적이며, 이는 정치적 양극화와 결합하여 사회적 갈등을 심화시키고 브라질 민주주의의 신뢰 기반을 약화시키는 요인으로 작용하고 있다. 이에 대응하기 위해 정부와 시민단체는 미디어 리터러시 교육, 팩트체크 캠페인, 온라인 플랫폼 규제 강화 등 다양한 정책을 추진하고 있으나, 정보 확산 속도와 규모를 고려할 때 실효성 확보에는 여전히 한계가 존재한다.

브라질 정부는 이러한 변화에 대응하기 위해 미디어 산업의 디지털 전환을 적극 지원하고 있다. 구체적으로 5G 네트워크 인프라 확충, 콘텐츠 제작 지원금 확대, 브라질 개발은행(BNDES)을 통한 저금리 융자 제도 운영 등을 통해 중소 미디어 기업의 경쟁력 제고와 고품질 미디어 서비스 환경 조성에 주력하고 있다. 또한 브라질은 포르투갈, 앙골라, 모잠비크 등 포르투갈어권 국가들과의 문화산업 협력 강화를 통해 콘텐츠 교류를 확대하고 있으며, 그 결과 브라질의 드라마·음악 프로그램이 아프리카 시장에서 높은 인기를 얻는 등 콘텐츠 수출 잠재력도 커지고 있다.

그럼에도 불구하고 브라질 미디어 산업은 여전히 언론 독립성 보장, 가짜 뉴스 확산 방지, 지역 간 정보 접근성 격차 해소 등 다수의 과제에 직면해 있다. 특히 아마존 지역 등 원격지에서는 통신 인프라 부족으로 인해 정보 접근의 불평등이 심화되고 있으며, 이는 사회 통합과 문화 향유의 기회를 제한하는 요인으로 작용하고 있다. 전문가들은 향후 5년간 브라질 미디어 시장이 연평균 8~10% 성장할 것으로 전망하며, 모바일 중심의 숏폼 콘텐츠, 인터랙티브 미디어, AI 기반 맞춤형 콘텐츠, VR·AR 기술의 활용이 더욱 확대될 것으로 내다보고 있다.<sup>34)</sup>

결국 브라질 미디어 산업의 경쟁력은 전통적 방송 기반의 강점을 유지하면서 동시에 기술 혁신을 수용하는 '균형적 디지털 전환'에 달려 있다. 콘텐츠 품질 제고와 첨단 기술 융합을 통한 미디어 혁신은 글로벌 시장에서 브라질

34) [브라질, K-드라마에 빠지다 텔레노벨라와 한류 콘텐츠의 만남] 이재상, 한국언론진흥재단, 신문과 방송 8월호, P 91~93

의 문화적 위상을 강화하고, 지속 가능한 미디어 생태계 구축의 핵심 동력으로 작용할 것이다.

## 5. 미디어 리터러시와 시청자 교육의 체계화

이처럼 브라질 미디어 산업의 지속 가능성과 공정한 시장 환경을 확보하기 위해서는 소비자 보호와 미디어 교육의 체계화가 필수적이다. 소비자 보호는 단순히 콘텐츠 접근의 자유를 보장하는 수준을 넘어, 시청자가 합법적이고 안전하게 콘텐츠를 이용할 수 있도록 지원하는 제도적 장치를 의미한다. 특히 불법 복제 콘텐츠 이용은 소비자 스스로를 법적 위험에 노출시키는 동시에, 저품질 콘텐츠로 인한 만족도 저하와 정보 왜곡 문제를 초래할 수 있어, 시청자 권익 보호 차원의 교육적 접근이 중요하게 대두되고 있다.

이에 따라 브라질은 미디어 리터러시 제고를 통한 시청자 교육 강화에 중점을 두고 있다. 2023년에는 Brazilian Media Education Strategy(연방정부 차원 미디어 교육 전략)<sup>35)</sup>이 발표되었으며, 이 전략은 교사훈련, 학교 프로그램 통합, 민관협력 모델 등을 주요 축으로 삼고 있다.

교육부 및 관계 기관은 디지털 환경에서 권리 행사 및 표현의 자유 강화 차원에서 미디어 및 정보 리터러시(MIL: Media and Information Literacy) 교육과 시민미디어 역량 강화 프로그램을 추진 중이다.

민간·시민사회 영역에서도 EducaMídia<sup>36)</sup>와 같은 기관이 교사 대상 훈련, 일반 시민 대상 워크숍, 온라인 강좌 등을 통해 미디어 리터러시 역량 향상을 위한 활동을 전개하고 있다. 다만, 아직까지는 전국적으로 통합된 교과체계나 일관된 교육과정이 완비된 수준은 아니며, 프로그램이 단편적 사업 형태로 존재하고 있다는 지적도 있다.

또한 기술과 플랫폼 변화에 대응하기 위해 전 국민을 대상으로 한 디지털 리터러시 교육 확대가 필요하다. 이를 위해 정부 및 관련 기관은 워크숍, 세미나, 온라인 강좌 등 다양한 교육 프로그램을 운영하여 연령·지역·사회경제적 배경에 관계없이 누구나 접근 가능한 학습 환경을 구축하고 있다. 아울러 콘텐츠 제작자에게는 저작권 보호와 합법적 제작 절차에 대한 교육을 병행하여, 산업 전반의 윤리적 책임 의식을 제고에도 노력 중이다<sup>37)</sup>

이와 같은 다층적 교육 전략은 시청자와 제작자 모두에게 법적·윤리적 인식을 제고시키는 동시에, 브라질 미디어 산업 전반에 합법적이고 책임 있는 미디어 이용 문화를 확산시키는 기반으로 작용할 것으로 기대된다.

---

35) <https://www.journal.pubalaic.org>

36) 포르투갈어로 교육(Educação)과 미디어(Mídia)의 합성어로, 미디어 교육을 의미하는 용어, <https://educamidia.org.br/>

37) [브라질 콘텐츠 산업동향 : 브라질 시청각 산업 동향] 한국콘텐츠진흥원, 2024년 1호, P 19~20

## 결론

---

브라질 미디어 산업은 중장기적으로 안정적이고 지속적인 성장이 예상된다. 콘텐츠 수요의 꾸준한 증가와 정부의 지원 정책 강화가 산업 전반에 긍정적 영향을 미치고 있으며, 이는 제작사와 플랫폼의 경쟁력 향상으로 이어질 것으로 보인다. 그러나 저작권 보호 미비, 외국 자본 의존, 유통 구조의 비효율성과 같은 과제가 여전히 존재하며, 이러한 문제를 해결하기 위해 정부와 민간의 협력이 필수적이다. 브라질은 남미 최대 규모의 시청각 시장으로서 영화, TV, 광고, 애니메이션, 게임 등 다양한 분야에서 상당한 성장세를 보이고 있으며, 정부는 자국 문화 콘텐츠의 글로벌 진출을 촉진하고 국제 공동 제작을 확대하는 전략을 추진하고 있다. 한국 미디어 산업의 성공 모델에서 영감을 받아 자국 산업 발전에 적극적으로 활용하려는 움직임도 두드러진다.

브라질 미디어 산업의 지속 가능한 성장은 콘텐츠 다양화, 기술 혁신, 지역 문화 반영, 환경 지속 가능성, 교육 및 훈련, 국제 협력 등 다양한 전략적 접근을 통해 가능하다. 이러한 접근은 산업 경쟁력을 높이는 동시에, 책임 있는 콘텐츠 생산과 소비문화를 정착시키는 데 기여할 것이다.