

À sombra da dominância: produção audiovisual nacional à moda Netflix

Daniel Rios

Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ, Brasil
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-0870-5625>

Melina Meimaridis

Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ, Brasil
ORCID <https://orcid.org/0000-0003-3481-817X>

Daniela Mazur

Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ, Brasil
ORCID <https://orcid.org/0000-0001-8869-9159>

Resumo

Este estudo investiga o impacto da Netflix na indústria audiovisual brasileira, com ênfase na suposta diversificação introduzida pela plataforma no Brasil. Objetivamos analisar a dualidade inerente a esse fenômeno, reconhecendo o papel desempenhado pela empresa na ampliação das narrativas brasileiras. Argumentamos que, embora a Netflix proporcione uma plataforma global para essas obras, há o potencial de perdermos a soberania sobre a representação do Brasil e da brasilidade no cenário internacional. Por meio de uma metodologia que incorpora uma análise crítica das estratégias de localização da Netflix no mercado brasileiro, investigamos como estas acabam por diversificar representações nacionais, em um cenário historicamente monopolizado pelo Grupo Globo. Contudo, apontamos, que a Netflix reduz alguns imaginários a estereótipos ou a obras esvaziadas de autenticidade cultural. Este estudo, assim, contribui para uma compreensão das complexas interações entre a produção audiovisual local e os serviços de *streaming* de vídeo estrangeiros em um mercado do Mundo Majoritário ainda não regulamentado.

Palavras-chave

streaming de vídeo; original Netflix; brasilidade; televisão; ficção seriada

1 Introdução

Desde 2016, a Netflix vem produzindo conteúdo original brasileiro como parte de sua expansão na América Latina, introduzindo títulos como *3%* (2016-2020), *Cidade Invisível* (2021-2023) e *A Sogra Que te Pariu* (2022-). Com uma oferta que já ultrapassa 60 produções originais brasileiras, englobando séries, *reality shows*, filmes e documentários, a Netflix se comprometeu, em 2023, a continuar incentivando o mercado local (Pacete, 2023). Essa dedicação se manifesta tanto no lançamento de novas produções originais quanto no aporte financeiro de R\$1 bilhão ao setor audiovisual brasileiro entre 2023 e 2024. Conforme afirmou Elisabetta Zenatti, a vice-presidente de conteúdo da empresa no Brasil: “[...] é preciso formar a indústria de produção independente” (Ravache, 2023). O mercado brasileiro tem um peso significativo para a Netflix: dos mais de 238 milhões de assinantes, as estimativas indicam que aproximadamente 8% da base total de assinantes seja do Brasil (Ravache, 2023). A iniciativa, então, reflete o reconhecimento do país como um mercado crucial para a empresa, evidenciando esforços em estabelecer laços mais estreitos com esse público.

No contexto audiovisual brasileiro, a análise torna-se vital ao considerarmos o domínio estabelecido pelo conglomerado Grupo Globo e sua emissora, a TV Globo, que têm historicamente mantido um monopólio sobre as representações e concepções nacionais acerca do Brasil e seu povo (Lopes, 2003; Porto, 2011), tanto no âmbito local, quanto internacional. Entretanto, essas representações ficcionais são limitadas, uma vez que refletem principalmente uma parcela mais abastada, sudestina, branca e urbana da sociedade brasileira. Dessa forma, a maior emissora nacional apresenta uma visão parcial da diversidade brasileira e da identidade nacional. Em contraste com essa abordagem restritiva, a Netflix tem direcionado investimentos estratégicos em narrativas que abrangem uma diversidade geográfica e cultural mais ampla, possivelmente alargando a representação da identidade brasileira nas telas.

Contudo, à semelhança do que ocorreu na Coreia do Sul (Jin, 2023) e no México (Llamas-Rodríguez, 2023), as produções originais da Netflix Brasil evidenciam uma relação ambígua. Por um lado, a empresa cria um ambiente diversificado para o desenvolvimento de histórias e para profissionais que antes não encontravam espaço nos meios tradicionais do audiovisual nacional. Porém, as estratégias adotadas pela Netflix também reacendem tensões

antigas entre interesses estrangeiros e locais, visto que se trata de uma empresa estadunidense produzindo histórias brasileiras para uma audiência global (Meimaridis; Mazur; Rios, 2021).

Essas obras originais, ainda que produzidas localmente, são propriedade da empresa estadunidense. Ao serem distribuídas pelo serviço ao redor do mundo, disseminam narrativas sobre o Brasil no âmbito global que são, em última instância, patrocinadas por agentes que não têm origem brasileira. Como resultado, estão inevitavelmente sujeitas aos interesses, diretrizes e perspectivas da plataforma estrangeira. Nossa inquietação aqui reside na maneira como a construção de significados sobre o Brasil estão sendo apresentados ao mundo. Considerando o Brasil como um país do Mundo Majoritário,¹ o fato da Netflix oferecer um palco global para as nossas narrativas traz à tona uma realidade crítica: isso não apenas representa uma novidade, mas também suscita análise incisiva das dinâmicas e representações que essa plataforma promove, evidenciando potenciais impactos na forma como o país é percebido em âmbito internacional. Anteriormente restrita ao Grupo Globo, essa percepção agora vai para além do controle e jurisdição brasileiros, remodelando a capacidade local de moldar a narrativa nacional em escala internacional.

Por meio de revisão bibliográfica atualizada, análise da cobertura da imprensa local e investigação das produções originais da Netflix no Brasil, produzidas entre 2016-2023, exploramos os seguintes questionamentos: (a) Quais narrativas específicas foram desenvolvidas localmente pela empresa e de que forma essas narrativas se relacionam com os estereótipos prevaletentes? e (b) Quais questões emergem quando a Netflix implementa estratégias de localização no contexto brasileiro? Busca-se, então, uma compreensão do papel da Netflix na representação da brasilidade, visando contribuir para a discussão sobre a influência da plataforma na construção e mediação de sentido sobre o Brasil.

Em um país marcado por uma história de colonização, imperialismos, desigualdade social e diversidade cultural, a concepção de brasilidade transcende uma definição singular, abrangendo a multiplicidade de experiências e perspectivas que constituem a identidade nacional. Ao longo da história do Brasil, a imagem do brasileiro, tanto interna quanto externamente, tem variado entre representações que vão desde a noção de malandros, grosseiros e melancólicos até a visão de pessoas exóticas e cordiais (Scheyerl; Siqueira, 2008,

¹ A proposta de Shahidul Alam na década de 1990 de dividir o mundo em “Mundo Majoritário” e “Mundo Minoritário” representa uma tentativa de superar as limitações, e os preconceitos inerentes, de classificações como “Desenvolvido/Em Desenvolvimento” e “Ocidente/Resto”, entre outras, que muitas vezes simplificam demais a complexidade global. Para o autor, os países do Mundo Majoritário estão predominantemente localizados na África, Ásia, América Latina e Oriente Médio, enquanto o Mundo Minoritário engloba as regiões da Australásia, Europa e América do Norte. Para mais informações, ver Alam (2008).

p. 375). Considerando o contexto colonial, a complexa estrutura social, os fluxos imigratórios e as tensões inerentes a um país em constante processo de construção identitária, a sociedade brasileira é frequentemente descrita como uma sociedade de “contrastes” (Franco, 1936, p. 7). No entanto, apesar dessas características, nossas ficções seriadas televisivas, especialmente as telenovelas, ainda têm a capacidade de fornecer um repertório comum (Hamburger, 1997). Assim, reconhecemos a intrínseca complexidade e importância da representação da identidade brasileira nas produções televisivas e de *streaming* de vídeo, entendendo-as como espaços de construção e mediação de sentido sobre a identidade nacional, tanto localmente quanto para uma audiência global.

Neste artigo defendemos que, embora a Netflix apresente uma maior diversidade cultural brasileira, as suas produções ainda reforçam a supremacia dos EUA ao impor a sua cadeia de produção à indústria audiovisual do Brasil. Sustentamos que a imposição da linguagem televisiva estadunidense retira das produções audiovisuais brasileiras sua distintividade cultural. Esse problema não é exclusivo da Netflix, mas se refere a outros serviços de *Subscription Video on Demand* (SVODs) estrangeiros. No entanto, a Netflix é nosso foco por ser tão pervasiva no Brasil ao ponto de ser tratada no senso comum praticamente como sinônimo de *streaming*. Nossa principal preocupação reside no impacto da Netflix na produção audiovisual brasileira, enquanto abordamos os desafios de produzir conteúdo local em um mercado não regulamentado do Mundo Majoritário.

2 O monopólio da brasilidade na televisão e disrupções na era do *streaming*

A chegada da TV ao Brasil nos anos 1950 começou como um privilégio da elite, mas nas décadas seguintes cresceu para se tornar um elemento crucial na identidade cultural do país. Durante o regime militar (1964-1985), a TV Globo foi estabelecida em 1965 com apoio governamental, expandindo-se significativamente e exercendo influência política e cultural. Ao final da década de 1960, a emissora introduziu o que chamou de “Padrão Globo de Qualidade”, um conjunto de diretrizes voltado para a produção de conteúdo com ênfase em alta qualidade técnica e visual (Ribeiro; Sacramento, 2010). Com esse padrão, a emissora estabeleceu um modelo de cultura popular de qualidade para a audiência massiva local (Meimaridis, 2023).

Nos anos 1970, surgiram receios sobre a hegemonia dos Estados Unidos na TV brasileira, conforme o paradigma do imperialismo cultural, destacando desequilíbrios e dependência (Caparelli, 1982). Entretanto, nos anos seguintes, Straubhaar (1984) indicou a

diminuição dessa influência com o estabelecimento do sistema de TV aberta no Brasil. A TV Globo, por exemplo, dava destaque para produções nacionais, principalmente as telenovelas, tornando-as o principal modelo narrativo da televisão e da cultura de massa no país. A partir do final da década de 1970, a emissora passou a exportar suas telenovelas para outros países (Sousa, 1997), criando um fluxo de produção audiovisual nacional que exportava imaginários acerca do Brasil.

De fato, as telenovelas da Globo têm desempenhado um papel crucial na construção e reforço dos imaginários nacionais, influenciando noções sobre nação, brasilidade e identidade brasileira (Hamburger, 2005; Lopes, 2003). Essas obras geram um “[...] espaço público nacional unificado que proporciona a audiências diversas uma experiência comum que transcende fronteiras regionais, sociais e de classe” (Porto, 2011, p. 55, tradução nossa). No entanto, é notável que o processo de consolidação da telenovela como um dos principais gêneros televisivos nacionais foi marcado pela proeminência de obras centradas em protagonistas brancos de classes médias e altas, residentes das áreas urbanas do Rio de Janeiro e São Paulo, que perpetuavam padrões heteronormativos. Essa representação não refletia de maneira satisfatória a complexidade da população brasileira, enfraquecendo a diversidade na tela. Por mais que esse “retrato” apresentado pelas telenovelas se atualize a medida que transformações políticas, econômicas e culturais se desdobram no país, ainda hoje há uma visível limitação dos corpos, sotaques, paisagens e vivências representados por essas produções.² Ao mesmo tempo, a histórica inacessibilidade da TV paga – que alcançou seu pico com apenas 19,6 milhões de assinaturas em 2014³ – foi acompanhada pela dependência das produtoras audiovisuais nacionais de subsídios governamentais. Essa conjuntura, aliada à concentração dessas produtoras no eixo Rio-São Paulo, resultou em uma narrativa audiovisual restritiva, incapaz de capturar a diversidade e riqueza cultural do país. Este cenário exacerbou a influência da TV Globo na moldagem dos ideais e imagens nacionais.

A predominância duradoura da TV aberta no Brasil, notadamente da Globo, com audiência expressiva, é uma característica nacional singular em contraste com outros países (Meimaridis, 2023), onde o impacto da TV Paga e da Internet afetou o domínio das emissoras abertas. No entanto, no contexto brasileiro, a tecnologia de *streaming* de vídeo emergiu como resposta à crescente insatisfação dos telespectadores e às demandas por maior acessibilidade

² Essa disparidade fica visível em casos recentes como o da telenovela *Segundo Sol* (2018), que recebeu duras críticas por conta de sua escalação: a trama era situada na Bahia, estado brasileiro em que 76% da população é autodeclarada negra ou parda, mas continha pouquíssimos atores negros em seu elenco.

³ Considerando a contínua depressão econômica enfrentada pelo Brasil a partir de meados de 2014, esse número tem declinado consistentemente a cada ano. Ao término de 2023, o número de assinantes era de 11,5 milhões (ABTA, c2022).

e diversidade no audiovisual, fragmentando o público e impactando a hegemonia da Globo (Meimaridis, 2023).

Apesar das dificuldades iniciais em 2011, a Netflix tem se firmado como uma das principais plataformas no país. Além dela, outros serviços como Amazon Prime Video em 2016 e Disney+ em 2020 têm ganhado espaço. Em resposta à presença das empresas estrangeiras, conglomerados brasileiros lançaram suas próprias plataformas de *streaming*. O Globoplay, lançado em 2015, despontou como a principal plataforma nacional. O ponto distintivo do Globoplay reside no extenso acervo de telenovelas da Globo e na sua capacidade de transmitir eventos esportivos ao vivo. Esse destaque se fundamenta na sólida e histórica expertise em transmissões esportivas do conglomerado.

Por outro lado, o YouTube testemunhou um aumento notável de popularidade no Brasil na última década. O serviço se destaca por não requerer assinatura ou conexão de alta velocidade, tornando-o acessível a uma parcela considerável da população, especialmente jovens e classes sociais menos privilegiadas. Valorizado como um ambiente de inovação, permite que criadores brasileiros explorem diversidade cultural, representatividade e narrativas distintas, ressaltando aspectos da cultura nacional frequentemente negligenciados pela TV linear (Lunardi, 2022).

Com a ascensão dos SVODs, o setor audiovisual brasileiro tem testemunhado um aumento nos investimentos, resultando na diversificação de formatos, gêneros e, de modo mais significativo, de representação nacional e de exportação de brasilidade. Desde 2016, empresas como Netflix e Amazon Prime Video estão investindo na produção de conteúdo original brasileiro. Essas plataformas tentam atender as diversas preferências e necessidades do público brasileiro, particularmente a representação de aspectos sub-representados, como raça, gênero e orientação sexual. Considerando o monopólio da Globo na definição ficcional da “brasilidade”, os SVODs tentam retratar um Brasil menos representado pela TV aberta. Porém, considerando as inevitáveis assimetrias de poder, interesses capitalistas e os impactos associados aos processos de globalização, é crucial adotar uma postura crítica em relação ao papel das empresas estadunidenses no estímulo à indústria audiovisual brasileira. Para tal, exploraremos a biblioteca da Netflix Brasil a seguir.

3 Netflix e suas produções originais no Brasil

Serviços de SVOD transnacionais, como a Netflix, reorganizam fluxos e contrafluxos midiáticos estabelecidos. Eles não são constritos pela grade temporal de 24 horas, apenas por imposições regulatórias e volume de capital à disposição para aquisição e encomenda de títulos (Lotz, 2022). Como resultado, proporcionam novas possibilidades e receios para o audiovisual brasileiro. De um lado, possibilitam que produções nacionais sejam ofertadas e consumidas em outros países. Isso tem tomado novos contornos nos últimos anos, especialmente com a atenção crescente às obras espanholas alimentada pelo sucesso de *La Casa de Papel* – Antena 3, 2017/Netflix – (2019-2021). Por outro, é essa mesma estrutura que tem transformado a paisagem local através de novos circuitos de importação de obras provenientes de diferentes países asiáticos e europeus (Hansen; Waade, 2017; Kim, 2022), assim como do fortalecimento de fluxos já consolidados, como o de produções estadunidenses (Penner; Straubhaar, 2020, p. 126).

Informações precisas sobre a presença da Netflix no Brasil são de difícil acesso. Até o momento, a empresa não revela dados substanciais e atualizados do tamanho exato de suas bibliotecas⁴, da visualização de títulos de forma individualizada⁵ e do número de assinantes detalhado por país. Todavia, esforços pontuais exercidos por pesquisadores e fontes independentes oferecem pistas iniciais sobre a atuação da empresa no país. De acordo com a análise de Lotz, Eklund e Soroka (2022), a biblioteca brasileira da Netflix em 2021 era formada por cerca de 5 mil obras. Desse conteúdo, aproximadamente 40% eram provenientes dos Estados Unidos. Em outro momento (Lotz; Eklund, 2024, p. 133), foi constatado que menos de 5% das obras presentes na biblioteca brasileira da Netflix eram provenientes do Brasil. Conforme mencionado em ambos os trabalhos, a composição da biblioteca da empresa não dá conta de traçar maiores conclusões sobre o comportamento dos usuários. Afirmarões dessa esfera requerem pesquisas de audiência.

Outra migalha foi oferecida ainda em 2021: de maneira não intencional, o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) divulgou que a Netflix possuía 19 milhões de assinantes no Brasil. A “gafe” foi cometida após um documento confidencial ter sido anexado de maneira indevida a um processo judicial; os dados eram referentes ao mês de janeiro do mesmo ano. Na ocasião, o arquivo deveria constar nos autos da versão privada do processo,

⁴ Por bibliotecas, nos referimos ao fato da composição da biblioteca da Netflix variar de acordo com cada território.

⁵ Notadamente, em 2021, a Netflix lançou o site *Top 10 Global*, onde divulga os títulos mais acessados na semana, dividido por formato (filmes e programas de TV) e idioma (inglês e não-inglês), além de visualização por território (global ou por país). Em 2023 a empresa anunciou o lançamento de relatórios semestrais com dados de todos os títulos presentes em suas bibliotecas “assistidos por mais de 50.000 horas” (Netflix, 2023, tradução nossa). No entanto, o documento carece de descrições e informações contextuais. E, considerando a divulgação de apenas um relatório e as mudanças constantes nas métricas da Netflix ao longo dos anos (Wayne, 2022), não há como tirar conclusões substanciais a partir do arquivo.

mas foi tornado público (Andrade, 2021). Ainda que o número de assinaturas seja uma variável flutuante, a informação proporcionada pelo CADE oferece uma fotografia relativamente recente do tamanho da empresa no Brasil (De Marchi; Ladeira, 2023).

A Netflix tem implementado no Brasil diferentes estratégias de construção de biblioteca. Por mais que seja pequeno quando comparado ao volume total de títulos, é possível notar investimentos em aquisição e encomenda de conteúdo nacional, incluindo séries, filmes, *reality shows*, documentários e especiais de comédia. Entretanto, pesquisas que se debruçam nos investimentos do serviço em mercados nacionais geralmente esbarram na problemática do selo Original Netflix. Assim como ocorre em outros territórios (Petruska; Woods, 2019), no Brasil a empresa utiliza essa categoria para se referir tanto às produções encomendadas pela Netflix quanto aos títulos licenciados de outros estúdios em que o serviço possui direitos de distribuição exclusiva. Os elementos gráficos e textuais usados para indicar o selo Original Netflix são os mesmos para ambos os casos. Para Penner e Straubhaar (2020, p.136), essa ausência de diferenciação serve “[...] para ‘inflar’ a quantidade [...] de conteúdos referentes ao que se entende como produção original”. Mazur, Meimaridis e Rios (2022, tradução nossa) adotam uma postura mais crítica ao afirmar que a Netflix, ao utilizar o selo do Original, “[...] contribui diretamente para o apagamento das indústrias culturais por trás dessas obras”.

O licenciamento exclusivo e o financiamento de conteúdo podem ser parecidos no sentido de fomentar o caráter de exclusividade pela Netflix. Ainda assim, é na encomenda de novas obras que é possível apontar com mais detalhes os formatos, gêneros e temas que são caros para o serviço em determinado contexto nacional. Em um sentido amplo, é por meio dessa estratégia que a Netflix consegue obter maior controle do processo de criação ao mesmo tempo em que diminui gradativamente sua dependência de títulos provenientes de outros agentes do campo, principalmente daqueles que são, em alguma medida, concorrentes.

Até 2023, a Netflix encomendou 27 narrativas seriadas ficcionais brasileiras.⁶ No Brasil, o serviço tem investido principalmente no financiamento total de produções, em vez de co-comissionamentos (Meimaridis; Mazur; Rios, 2021). Como prática, a Netflix geralmente contrata uma produtora audiovisual local, que, por sua vez, contrata a equipe responsável pelo desenvolvimento da obra. Ademais, buscam-se parcerias com atores⁷, diretores e demais profissionais reconhecidos no país. São essas tensões que têm conduzido o comissionamento de ficções seriadas no Brasil: as narrativas, nesse sentido, são elaboradas por profissionais

⁶ Aqui, contabilizou-se as séries e minisséries ficcionais.

⁷ A empresa tem procurado vincular suas produções às antigas estrelas da TV Globo, como Wagner Moura, Leandro Hassum e Camila Queiroz.

brasileiros, com a mediação de companhias brasileiras, mas a tomada de decisão sobre os projetos fica a cargo dos executivos da empresa estadunidense (Rios, 2024).

Em 2015, a Netflix começou a lançar comissões não-anglófonas, a primeira foi a série mexicana *Club de Cuervos* (2015-2019). Esse ano crucial também marcou o lançamento de *Narcos* (2015-2017), que abordou o tráfico de cocaína na Colômbia e o cartel de Pablo Escobar. Com *Narcos*, a Netflix objetivou atingir o público latino-americano: foi filmada na Colômbia, possuía um ator brasileiro em papel de destaque e incorporava diálogos em inglês e espanhol. No ano seguinte, a empresa continuou investindo na América Latina lançando o original brasileiro *3%* (2016-2020). Em um cenário distópico pós-apocalíptico, a série aborda a desigualdade social e a busca por ascensão social através de processos perigosos orquestrados pelo Estado. Relatos de profissionais envolvidos na produção ressaltaram a supervisão rigorosa da Netflix a partir da sede nos EUA durante o desenvolvimento da série. Durante esse período, Erick Barmack, atuando como Diretor de Conteúdo Internacional, supervisionou as poucas comissões não-estadunidenses da Netflix, operando principalmente a partir do escritório em Los Angeles. De Marchi e Ladeira (2023) destacam a gênese das discussões entre Barmack e o criador de *3%*, Pedro Aguilera, que remontam a 2014. Nesse contexto, os pesquisadores afirmam que a decisão para o comissionamento de obras “[...] foi tomada de um só golpe tanto para os Estados Unidos quanto para outros países” (De Marchi; Ladeira, 2023, p. 6).

Em 2018, estrearam o drama político *O Mecanismo* (2018-2019) e a comédia *Samantha!* (2018-2019), além da segunda temporada de *3%* (2016-2020). Nesse mesmo ano, o serviço anunciou a encomenda dos dramas *Coisa Mais Linda* (2019-2020) e *Sintonia* (2019-). O período demarcou um momento de transição, finalizado em 2019, com o deslocamento das atividades relacionadas ao desenvolvimento de originais brasileiros para o escritório de São Paulo, que passaram a ser gerenciadas por Maria Ângela de Jesus (De Marchi; Ladeira, 2023). Em 2021, outra mudança: a saída de Jesus e a entrada de Zenatti como executiva responsável pelas obras da Netflix no Brasil (César, 2021).⁸ No decorrer desse processo, assim tem sido o volume de novas temporadas lançadas pela empresa no país: nove em 2019, sete em 2020, duas em 2021,⁹ onze em 2022 e sete em 2023.

Esmiuçando os gêneros trabalhados, observa-se uma produção diversificada. Um dos que mais se destaca é o drama policial e de investigação, com séries como *Bom dia, Verônica*

⁸ É notável apontar que ambas construíram suas carreiras no modelo de televisão linear.

⁹ Número provavelmente menor devido à pandemia de covid-19.

(2020-2024), *Irmandade* (2019-2022) e *DNA do Crime* (2023-). Após breves tentativas com *Samantha!* (2018-2019) e *Ninguém tá olhando* (2019), o desenvolvimento de comédias ganhou novo fôlego a partir de 2022, com o lançamento de *A Sogra Que te Pariu* (2022-), *Nada Suspeitos* (2022), *O Cangaceiro do Futuro* (2022), *B.O.* (2023) e *Sem Filtro* (2023). Outro segmento importante é a produção voltada para o público *teen*, como *De Volta aos 15* (2022), *Boca a Boca* (2020) e *Temporada de Verão* (2022). O direcionamento de conteúdo para adolescentes está alinhado a pesquisas que indicam sua negligência histórica em ecossistemas lineares tradicionais. O *streaming* de vídeo, conforme enfatizado por Potter (2023), tem a capacidade de preencher essa lacuna. Após *3%* (2016-2020), a Netflix lançou outra ficção científica, *Onisciente* (2020). Somado a isso, também temos *Cidade Invisível* (2021-2023), série de fantasia centrada em investigação policial, e *Reality Z* (2020), série de horror que é adaptação da britânica *Dead Set*.

Além das séries destacadas aqui, feitas por produtoras audiovisuais brasileiras, destaca-se também o caso do drama policial *Santo* (2022). A série é desenvolvida pela produtora espanhola *Nostromo Pictures*, mas traz na tela a parceria entre Espanha e Brasil. Na ficção, dois policiais, um espanhol e outro brasileiro, se unem em uma investigação criminal para prender um narcotraficante. Com gravações realizadas em Madri e Salvador, e cenas em espanhol e português, *Santo* (2022) se aproxima da estratégia implementada em *Narcos* (2015-2017): uma produção bilíngue com nomes consagrados nos dois países. Bruno Gagliasso dá vida ao protagonista brasileiro da série. O ator é conhecido por seus papéis em obras produzidas pelo Grupo Globo. Nesse sentido, nota-se que a parceria hispano-brasileira se apoia na força recentemente adquirida pelas obras espanholas e na penetração da audiência brasileira a partir de nomes reconhecidos nacionalmente.

4 Discussão

A seguir, dividimos nossa análise em dois principais tópicos, considerando o panorama das séries brasileiras encomendadas pela Netflix. Primeiro, apresentamos as estratégias de localização da empresa no país no que se refere à articulação de estereótipos de Brasil. Em seguida, debatemos o papel da Netflix como construtora e mediadora de representações de brasilidade.

4.1 Estratégias de localização e estereótipos brasileiros à moda Netflix

A decisão da Netflix em comissionar produções brasileiras foi vista inicialmente como uma válvula de escape para o mercado audiovisual do país. Os investimentos da empresa no Brasil ocorreram simultaneamente a um período político conturbado para o campo da cultura, que afetou de forma negativa o desenvolvimento de obras fora do circuito das grandes empresas de mídia domésticas (Rios, 2024). Somado a isso, o discurso em torno da Netflix afirmava que o serviço era o espaço para a construção de obras diferentes daquelas vistas na TV linear, em termos de formato, construção narrativa, personagens e estruturas de representação. Contudo, o aspecto mais notável não se limita ao discurso da empresa. Está, na verdade, na sintonia dos criadores das séries originais da Netflix brasileira com essa convicção. É comum declarações de profissionais ligados as séries Originais Netflix brasileiras que afirmam que essas histórias dificilmente teriam espaço na TV brasileira (De Marchi; Ladeira, 2023). Isso não é particular ao Brasil, o sucesso sul-coreano *Round 6*, por exemplo, foi rejeitado pela indústria televisiva local por dez anos (Williams, 2021).

De fato, as séries brasileiras da Netflix destacam imagens de brasilidade que fogem daquelas construídas pela mídia hegemônica nacional. Enquanto a maior parte das telenovelas da Globo retratam grandes centros urbanos, em especial Rio de Janeiro e São Paulo, as produções desenvolvidas pela Netflix trazem paisagens consideravelmente mais diversas. *O Escolhido* (2019), *O Cangaceiro do Futuro* (2022) e *Só se for por amor* (2022), por exemplo, se passam em locações das regiões norte, nordeste e centro-oeste do país, respectivamente. Esse contorno “local” se faz presente em diferentes níveis. Séries como *Boca a Boca* (2020) e *De volta aos 15* (2022) retratam personagens que vivem em cidades pequenas, no interior de estados brasileiros. Enquanto o traço brasileiro da primeira se configura na trama focar na força da pecuária na região, na última os códigos compartilhados repousam na representação de práticas e elementos nostálgicos dos anos 1990 no Brasil.

Apesar das representações variadas de paisagens regionais nas séries brasileiras da Netflix, persiste uma inquietante concentração de recursos de produção na região Sudeste (De Marchi; Ladeira, 2023). Mesmo com uma mudança na narrativa, afastando-se de retratos predominantemente urbanos, a presença marcante de produtoras consolidadas do Sudeste, como Los Braga e O2, continua notável. Essa dependência de produtoras experientes no Rio de Janeiro e São Paulo, alimentada pela estratégia conservadora de risco da Netflix, reforça a proeminência do Sudeste na formação das narrativas. Essa situação provoca indagações cruciais sobre a descentralização da indústria e a distribuição justa de oportunidades entre os

diversos talentos e mercados regionais do Brasil, expondo a manutenção da falta de equidade no panorama da produção audiovisual no país.

Vale ressaltar que séries como *Coisa mais linda* (2019-2020), *Samantha!* (2018-2019) e *Bom dia, Verônica* (2020-2024) continuam trazendo como pano de fundo as cidades do Rio de Janeiro e São Paulo como locações principais. No entanto, a maneira como essas cidades aparecem nas obras se distinguem daquelas vistas na TV aberta. Outro exemplo notável é *Sintonia* (2019-). A produção conta a história de três jovens moradores da periferia de São Paulo, focando na indústria musical do funk e na complexa relação dos personagens com o crime organizado e grupos religiosos. *Sintonia* (2019-) surgiu da visão criativa da Kondzilla, produtora que começou como uma plataforma de destaque para artistas do funk, alcançando grande sucesso no Brasil através de seu conteúdo audiovisual no YouTube. Segundo Lunardi (2022), a parceria estabelecida pela Netflix surge como uma estratégia para alcançar novos nichos de audiência no país. O objetivo de *Sintonia* (2019-) “[...] era preencher uma lacuna na cultura televisiva brasileira – a representação da juventude favelada” (Lunardi, 2022, p. 109, tradução nossa).

Para além disso, outros originais Netflix apostaram também em ressignificar as cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, apostando em narrativas distópicas e fantasiosas, e também em lendas indígenas e urbanas brasileiras, abordando o Brasil por um outro prisma. Em *Onisciente* (2020), a capital paulista é retratada como parte de um sistema mundial que utiliza drones para a vigilância contínua dos cidadãos. Já *Spectros* (2020) atribui uma dimensão sobrenatural à Liberdade, bairro paulistano reconhecido por sua comunidade nipo-brasileira, entrelaçando-a com espíritos vingativos. No entanto, o processo de localização apresenta desafios inerentes. Em *Cidade Invisível* (2021-2023), o Rio de Janeiro presencia trocas sobrenaturais entre pessoas e entidades das lendas dos povos originários brasileiros. Após críticas pela produção ter usado histórias indígenas sem dar o devido crédito e a ausência de indígenas no elenco, a segunda temporada deixou o Rio de Janeiro e se passou no Pará, estado da Floresta Amazônica, e contou com atores descendentes de povos originários.

Ao longo dos últimos anos, a Netflix vem investindo em gêneros narrativos que ocupam um espaço comparativamente limitado no domínio da TV brasileira, como a ficção científica e a fantasia, que não são especialidades das novelas da Globo. Além de meramente responder à demanda local, identificamos que a abordagem da Netflix para retratar o Brasil revela um compromisso com perspectivas distintas de globalização. Aqui, propomos três chaves de leitura: a *Exotismo Cultural Específico*, a *Estereótipo Internacional* e a *Neutralização*

Universalista. Em primeiro lugar, a plataforma emprega o *Exotismo Cultural Específico*, exemplificado em produções como *Cidade Invisível*, *O Cangaceiro do Futuro* e *Sintonia*, em que elementos culturais e localizados exclusivamente do Brasil servem para cativar um público interessado em perspectivas exotizadas do país.

Em segundo, o *Estereótipo Internacional*, que envolve o reforço intencional de facetas globalmente reconhecidas e associadas ao Brasil, como a bossa nova ou o futebol. *Coisa mais linda* (2019-2020) e documentários que apresentam figuras proeminentes como Pelé e Neymar demonstram este aspeto. Ao mesmo tempo, séries como *DNA do crime* (2023-), *3%* (2016-2020), *Irmandade* (2019-2022) e *O Mecanismo* (2018-2019) propagam ativamente estereótipos relacionados com ideais de pobreza, violência e corrupção no país. Por fim, a Netflix emprega a estratégia de *Neutralização Universalista* em produções como *3%* (2016-2020), *Onisciente* (2020) e *A Sogra Que Te Pariu* (2022-), em que a estrutura narrativa é concebida para ser universalmente acessível, aderindo aos modelos de reconhecimento ocidentais (em particular, estadunidenses). Esse modelo neutralizado é concebido para ser geograficamente intercambiável, garantindo a compreensão sem esforço num espectro de culturas globalizadas. Estereótipos e orientalismo são recursos estimulados pela Netflix para facilitar o consumo de um público global generalizado, mas a neutralização a partir de um ideal ocidental de universalidade, em especial, molda as produções ficcionais da plataforma desenvolvidas no Mundo Majoritário.

4.2 A faca de dois gumes na produção de originais brasileiros

Embora a Netflix tenha realizado significativos investimentos na indústria audiovisual brasileira, é imprescindível compreender que esse processo suscita um paradoxo. Uma crítica preponderante é a ameaça que serviços de *streaming* estrangeiros representam para a linguagem televisiva brasileira, sobretudo em suas estratégias de localização. Em 2021, a Netflix realizou o evento *Mais Brasil na tela*, que promoveu produções originais locais e celebrou os dez anos da empresa no país. Durante o evento, Zenatti afirmou que “[...] brasileiros querem mais histórias contadas por vozes diferentes que reflitam suas vidas, suas raízes e ancestralidade” (Lang; Hopewell, 2021, tradução nossa), reforçando a diversidade e a necessidade de descentralizar a produção no país. No entanto, a produção de histórias locais por SVODs estadunidenses não é isenta de controvérsias.

A sitcom *A Sogra Que te Pariu* (2022-) destaca-se como um caso exemplar dentro deste cenário. A série foca em Dona Isadir (Rodrigo Sant'Anna), uma mulher humilde, negra e franca que vai morar com a família do seu filho no início da pandemia de Covid-19, muito para o descontentamento da nora. A comédia reproduz a estética das *sitcoms* afro-americanas, como *Um maluco no pedaço* (1990-1996) e *Eu, a patroa e as crianças* (2001-2005), apesar da já consolidada tradição audiovisual brasileira com seus próprios formatos de comédia. Embora apresente atores brasileiros no Rio de Janeiro, a abordagem a televisão, serialização e estética de produção são importadas dos Estados Unidos. Além disso, a sitcom não reflete o humor brasileiro. Críticos locais lamentaram a estranheza na experiência de assistir ao programa devido à baixa qualidade do humor (Zuliani, 2022). Essa estranheza se torna ainda mais evidente na comédia do que no drama, pois o melodrama tem um apelo mais universal, enquanto o humor exige um repertório local específico.

Defendemos que os serviços de *streaming* estadunidenses comprometem a identidade e a essência das produções audiovisuais locais ao impor os padrões televisivos estrangeiros em um mercado desprovido de regulamentação. Esse fenômeno representa uma imposição coercitiva da influência dominante da cadeia produtiva estadunidense sobre outras indústrias culturais, se aproveitando das vulnerabilidades de mercados do Mundo Majoritário. Tal tendência pode ser percebida em outros mercados, como na Coreia do Sul, onde a Netflix está modificando os padrões da indústria (duração, quantidade de episódios e até estrutura de temporadas) para se assemelhar às séries estadunidenses, apesar da continuidade na produção de K-dramas (Mazur, 2023).

Também na indústria de dramas turcos e na de Nollywood¹⁰, a Netflix é percebida como um agente estrangeiro que, sim, disponibiliza um palco global e novas possibilidades de abordagens narrativas e de formato, mas ao mesmo tempo provoca mudanças nas lógicas industriais domésticas e até mesmo na essência cultural dessas obras (Esteves, 2023; Idir; Rappas, 2022; Mazur, 2023). Especialmente em países do Mundo Majoritário, a prática da Netflix é demandar um conteúdo localizado, mas que se adeque aos modelos considerados como “universais”. Ao mesmo tempo, busca atender a demanda por conteúdo específico e/ou “exótico”, tanto a partir do próprio público local, que deseja mais pluralidade de representações, quanto de um público internacional cada vez mais cosmopolita e com acesso a

¹⁰ Nollywood se refere à indústria do cinema nigeriano. É um dos expoentes na produção cinematográfica global e inspiração para outras indústrias de países da África, como Uganda, África do Sul, Quênia e Tanzânia (Krings; Okome, 2013).

diferentes representações culturais de países distintos, que anseia por conteúdo *diferenciado*¹¹. Com isso, acontecem casos de originais Netflix com conteúdo orientalista, como a produção turca *O último guardião* (Özkent, 2021), e outros com conteúdo político local perigosamente tendencioso, como o brasileiro *O Mecanismo* (Albuquerque; Meimaridis; Quinan, 2021).

Entretanto, apesar das estratégias consideradas imperialistas, alguns *insiders* da indústria expressaram apreciação pelos SVODs estrangeiros no mercado brasileiro. Em uma entrevista ao programa Roda Viva em 2021, o ator Wagner Moura afirmou que o setor “audiovisual no Brasil ainda existe graças ao *streaming*”. Já Lázaro Ramos, caracterizou o mercado audiovisual brasileiro como “abandonado” após assinar um contrato de produção exclusivo com a Amazon Prime Video (Moraes, 2022). Em detrimento da indústria audiovisual brasileira, ambos os atores parecem ser facilmente seduzidos por uma retórica imperialista que retrata a indústria nacional como estando desesperadamente necessitada de intervenção estrangeira.

Atores e atrizes brasileiros podem até estar encontrando oportunidades por meio dos SVODs, mas roteiristas e criadores têm levantado críticas contra as práticas predatórias dessas empresas. No Brasil, plataformas como Netflix, Amazon Prime Video e Disney+ são frequentemente acusadas de restringir os direitos de propriedade intelectual dos criadores de conteúdo, um problema identificado também em outros mercados (Park; Kim; Lee, 2023). De acordo com a Associação Brasileira de Autores Roteiristas (c2000), os contratos oferecidos por empresas de produção nacionais aos roteiristas brasileiros muitas vezes são simples traduções para o português a partir de contratos estrangeiros impostos por plataformas internacionais. Esse processo tem afastado essas plataformas das práticas estabelecidas localmente. Algumas das ações consideradas neoliberais e abusivas incluem: (1) negar ao roteirista a propriedade de sua obra; (2) pressionar o criativo para renunciar a direitos futuros e fontes de receita; e (3) designar a empresa de produção contratante como única autora do projeto, entre outras. Essas práticas têm representado retrocessos significativos nos direitos conquistados pelos roteiristas brasileiros ao longo das últimas décadas. Além disso, tais práticas têm disposições que entram em conflito com a legislação brasileira, especialmente no que se refere aos direitos autorais.

Essas questões representam aspectos do que Jin (2015) identifica como imperialismo de plataforma, uma nova atualização do imperialismo que continua preservando a supremacia

¹¹ Ufuoma Akpojivi (2022) afirma que as tecnologias da comunicação e a web 2.0 medeiam o contato com diferentes realidades e produtos nacionais entre pessoas cosmopolitas e conteúdo cosmopolita.

e hegemonia ocidental através da concentração de capital. Os Estados Unidos continuam a solidificar sua influência por meio do alcance global de plataformas digitais, como Google, Netflix, Apple e Facebook. Percebe-se que as indústrias midiáticas do Mundo Majoritário se tornam dependentes desses intermediários para produzir e disseminar suas narrativas globalmente. Considerando a Netflix, Elkins (2019) sugere que a empresa molda sua imagem como cosmopolita, procurando disfarçar seu caráter consumista ao se apresentar como defensora da diversidade. Dessa forma, a empresa tenta legitimar “[...] práticas empresariais e tecnológicas em expansão global como humanistas e cosmopolitas e não como algo sem rosto, matemático e que tudo consome” (Elkins, 2019, p. 2, tradução nossa). No entanto, não se trata somente da Netflix. As estratégias imperialistas dos serviços de *streaming* de vídeo estadunidenses continuam a reforçar disparidades pré-existentes que favorecem fluxos audiovisuais anglófonos, particularmente os oriundos dos Estados Unidos. Mais preocupante ainda é o fato de esses serviços se posicionarem como os árbitros das narrativas globais (Meimaridis; Mazur; Rios, 2021).

5 Considerações finais

Nos últimos anos, a produção audiovisual brasileira tem evidenciado uma notável capacidade de diversificação, ampliando sua representação do Brasil e da brasilidade. Esse movimento tem possibilitado a criação e disseminação de conteúdos mais variados, atendendo à demanda de narrativas alternativas e explorando temáticas antes menos exploradas na indústria audiovisual nacional, em especial na TV. Contudo, as três chaves de leitura propostas aqui, *Exotismo Cultural Específico*, *Estereótipo Internacional* e *Neutralização Universalista*, ainda demandam maior aprofundamento em trabalhos futuros, bem como sua aplicação em outros contextos nacionais, visto que a ampliação na diversidade de produções também é observada em outros países. Entendemos que este processo não visa substituir as normas existentes, mas ampliar as possibilidades de narrativas disponíveis para o público (Lotz; Lobato, 2023). Portanto, o *streaming* se tornou um espaço importante de experimentação e criação, mais um agente de conteúdo.

O que observamos a partir do caso brasileiro é que o fato do país fazer parte do Mundo Majoritário e ainda não ter regulamentado o *streaming* de vídeo complexifica a presença da Netflix neste mercado. Não é a primeira vez que agentes estrangeiros produzem narrativas sobre o Brasil no Brasil, a HBO Latin America, por exemplo, desenvolveu nos anos 2000 títulos

da TV à cabo brasileira, como *Mandrake* (2005) e *Filhos do Carnaval* (2006). Contudo, a situação é mais complicada agora, considerando que a Netflix não tem a intenção de produzir conteúdo para um público só brasileiro ou só latino, mas sim para um palco global de mais de 190 países.

Ou seja, o que é apresentado como brasilidade e Brasil através dos originais Netflix chega a grande parte do mundo através da plataforma. Estereótipos e marcas nacionais são formas constantes e quase necessárias de diálogos com outras culturas, assim como a diversidade de narrativas sobre o Brasil é porta de entrada importante. O monopólio do conceito de brasilidade na ficção brasileira nas mãos do Grupo Globo criou limitações que são sintomáticas e abrem brechas para outros agentes preencherem. A Netflix é sim um agente extra que cria novas possibilidades. Porém, a nossa preocupação aqui está na perda gradual de certa soberania sobre as nossas próprias narrativas e, especialmente, da *forma* de contá-las e produzi-las. Porque, quanto mais nossas histórias estiverem nas mãos de agentes externos e lucrando para bolsos gringos, menos elas serão nossas, mesmo fantasiadas como tal.

Financiamento

Apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, da Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (processo SEI 260003/014840/2021) e do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Disputas e Soberanias Informacionais (projeto 406504/2022-9, INCT-DSI).

Referências

3%. Direção: César Charlone. Criação: Pedro Aguilera. Intérpretes: João Miguel; Bianca Comparato *et al.* Brasil: Netflix, 2016-2020. Série de televisão. 4 temporadas.

A SOGRA que te pariu. Direção: Alex Cabral. Criação: Rodrigo Sant'Anna. Intérpretes: Rodrigo Sant'Anna; Lidi Lisboa *et al.* Brasil: Netflix, 2022-. Série de televisão. 2 temporadas.

AKPOJIVI, U. Cosmopolitan media, contestation, and critique: assessing international media governance standards from the Nigerian perspective. In: **Media Governance: a cosmopolitan critique**. Cham: Springer, 2022. p. 103-123.

ALAM, S. Majority world: Challenging the West's rhetoric of democracy. **Amerasia Journal**, London, v. 34, n. 1, p. 88-98, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.17953/amer.34.1.13176027k4q614v5>. Acesso em: 17 jan. 2024.

ALBUQUERQUE, A.; MEIMARIDIS, M.; QUINAN, R. O mecanismo e a mediação ficcional da Operação Lava-Jato. **Questões Transversais**, São Leopoldo, v. 8, n. 16, p. 58-64, 2021.

ANDRADE, R. Erro do Cade expõe número de assinantes da Netflix no Brasil. **Metrópoles**, Brasília, 12 out. 2021.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AUTORES ROTEIRISTAS (ABRA). Rio de Janeiro, c2000. Disponível em: <https://www.abra.art.br/>. Acesso em: 29 mar. 2024.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELEVISÃO POR ASSINATURA (ABTA). São Paulo, c2022. Disponível em: <https://www.abta.org.br/>. Acesso em: 17 jan. 2024.

B.O. Direção: Pedro Amorim; Leandro Hassum; Carol Minêm. Criação: Carlos Garcia *et al.* Intérpretes: Leandro Hassum; Luciana Paes *et al.* Brasil: Netflix, 2023. Série de televisão. 1 temporada.

BOCA a Boca. Direção: Esmir Filho; Juliana Rojas. Produção: Caio Gullane *et al.* Intérpretes: Caio Horowicz; Michel Joelsas *et al.* Brasil: Netflix, 2020. Série de televisão. 1 temporada.

BOM DIA, Verônica. Direção: José Henrique Fonseca; Izabel Jaguaribe; Rog de Souza. Criação: Raphael Montes; Ilana Casoy. Produção: José Henrique Fonseca *et al.* Intérpretes: Tainá Müller; Camila Morgado *et al.* Brasil: Netflix, 2020-2024. Série de televisão. 3 temporadas.

CAPARELLI, S. **Televisão e capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L&PM, 1982.

CÉSAR, D. Quem é Elisabetta Zenatti, a nova manda-chuva da Netflix Brasil. **UOL - NaTelinha**, São Paulo, 22 jun. 2021.

CIDADE Invisível. Produção: Francesco Civita *et al.* Criação: Carlos Saldanha. Intérpretes: Marco Pigossi; Alessandra Negrini *et al.* Brasil: Netflix, 2021-2023. Série de televisão. 2 temporadas.

COISA Mais Linda. Direção: Caito Ortiz; Hugo Prata; Júlia Rezende. Criação: Giuliano Cedroni; Heather Roth. Produção: Beto Gauss; Francesco Civita. Intérpretes: Maria Casadevall; Pathy Dejesus *et al.* Brasil: Netflix, 2019-2020. Série de televisão. 2 temporadas.

CLUB de Cuervos. Direção: Gary Alazraki. Produção: Moises Chiver; Monica Vargas; Leonardo Zimbron. Intérpretes: Luis Gerardo Méndez; Mariana Treviño *et al.* México: Netflix, 2015-2019. Série de televisão. 4 temporadas.

DE MARCHI, L.; LADEIRA, J. M. Originais Netflix: um panorama da produção audiovisual da Netflix no Brasil 2016-2019. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 30, n. 1, p. 1-13, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2023.1.42989>. Acesso em: 14 jan. 2024.

DE VOLTA aos 15. Direção: Viviane Jundi *et al.* Produção: Mayra Lucas; Carolina Alckmin; Olivier Rohde. Intérpretes: Maisa Silva; Camila Queiroz *et al.* Brasil: Netflix, 2022. Série de televisão. 2 temporadas

DNA do Crime. Direção: Heitor Dhalia. Produção: Manoel Rangel; Egisto Betti. Intérpretes: Rômulo Braga; Maeve Jinkings *et al.* Brasil: Netflix, 2023-. Série de televisão. 2 temporadas.

ELKINS, E. Algorithmic cosmopolitanism: on the global claims of digital entertainment platforms. **Critical Studies in Media Communication**, Oxfordshire, v. 36, n.4, p. 376-389, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/15295036.2019.1630743>. Acesso em: 14 jan. 2024.

ESTEVES, A. C. O lugar da Netflix no campo do poder: reflexões sobre o impacto da empresa no audiovisual africano a partir da Nigéria. **Mídia e Cotidiano**, Niterói, v. 17, n. 2, p. 1-21, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.22409/rmc.v17i2.57558>. Acesso em: 14 jan. 2024.

EU, a Patroa e as Crianças. Direção: Kim Wayans *et al.* Criação: Don Reo; Damon Wayans. Intérpretes: Kim Wayans; Kim Wayans, Jr. *et al.* Estados Unidos: ABC, 2001-2005. Série de televisão. 5 temporadas.

FILHOS do Carnaval. Direção: Cao Hamburger. Criação: Cao Hamburger; Elena Soarez. Intérpretes: Jece Valadão; Felipe Camargo *et al.* Brasil: HBO, 2006-2009. Série de televisão. 2 temporadas.

FRANCO, A. A. de M. **Conceito de Civilização Brasileira**. São Paulo: Nacional, 1936.

HAMBURGER, E. Diluindo fronteiras: A televisão e as novelas no cotidiano. In: SCHWARCZ, L. M. (ed.). **História da vida privada no Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997. v. 4, p. 440-487.

HAMBURGER, E. **O Brasil antenado**: a sociedade da novela. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

HANSEN, K. T.; WADE, A. M. **Locating nordic noir**. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2017.

ILDIR, A.; RAPPAS, I. A. Netflix in Turkey: localization and audience expectations from video on demand. **Convergence**, Thousand Oaks, v. 28, n. 1, p. 255-271, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/13548565211060301>. Acesso em: 14 jan. 2024.

IRMANDADE. Direção: Pedro Morelli. Criação: Pedro Morelli. Intérpretes: Naruna Costa; Seu Jorge *et al.* Brasil: Netflix, 2019-2022. Série de televisão. 2 temporadas.

JIN, D. Y. **Digital platforms, imperialism and political culture**. London: Routledge, 2015.

JIN, D. Y. Netflix's effects on the Korean wave: power relations between local cultural industries and global OTT platforms. **Asian Journal of Communication**, Nanyang, v. 33, n. 5, p. 452-469, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/01292986.2023.2232368>. Acesso em: 14 jan. 2024.

KIM, T. Cultural politics of Netflix in local contexts: a case of the Korean media industries. **Media, Culture & Society**, Thousand Oaks, v. 44, n. 8, p. 1508-1522, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/01634437221111917>. Acesso em: 14 jan. 2024.

KRINGS, M.; OKOME, O. (ed.). **Global Nollywood**: the transnational dimensions of an African video film industry. Indiana: Indiana University Press, 2013.

LA CASA de Papel. Direção: Koldo Jesús Colmenar; Álex Rodrigo Serra; Javier Quintas. Criação: Álex Pina. Intérpretes: Úrsula Corbero; Álvaro Morte *et al.* Espanha: Antena 3, 2017/Netflix, 2019-2021. Série de televisão. 3 temporadas.

LANG, J.; HOPEWELL, J. Netflix celebrates five years of Brazilian production, unveils upcoming slate in more Brazil on screen presentation. **Variety**, New York, 23 nov. 2021.

LLAMAS-RODRÍGUEZ, J. The return of indigenismo in Netflix Mexico. In: LOTZ, A.; LOBATO, R. (ed.). **Streaming video**: storytelling across borders. New York: NYU Press, 2023. p. 225-247.

LOPES, M. I. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. **Comunicação & Educação**, São Paulo, n. 26, p. 17-34, 2003. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v0i26p17-34>. Acesso em: 14 jan. 2024.

LOTZ, A. In between the global and the local: mapping the geographies of Netflix as a multinational service. **International Journal of Cultural Studies**, Thousand Oaks, v. 24, n. 2, p. 195-215, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1367877920953166>. Acesso em: 14 jan. 2024.

LOTZ, A D. **Netflix and streaming video**: the business of subscriber-funded video on demand. United Kingdom: Polity, 2022.

LOTZ, A.; EKLUND, O. Beyond Netflix: ownership and content strategies among non-US-based video streaming services. **International Journal of Cultural Studies**, Thousand Oaks, v. 27, n. 1, p. 119-140, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/13678779231196314>. Acesso em: 14 jan. 2024.

LOTZ, A.; EKLUND, O.; SOROKA, S. Netflix, library analysis, and globalization: rethinking mass media flows. **Journal of Communication**, Oxford, v. 72, n. 4, p. 511-521, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1093/joc/jqac020>. Acesso em: 14 jan. 2024.

LOTZ, A.; LOBATO, R. (ed.). **Streaming video: storytelling across borders**. New York: NYU Press, 2023.

LUNARDI, G. **The 'Brazilian-ness' of Brazilian YouTube: new voices, new platforms, new television?** 2022. Tese (Doutorado em Comunicação) - Queensland University of Technology, Brisbane, 2022.

MANDRAKE. Direção: José Henrique Fonseca *et al.* Criação: Rubem Fonseca; José Henrique Fonseca. Intérpretes: Marcos Palmeira; Luis Carlos Miele *et al.* Brasil: HBO, 2005-2007. Série de televisão. 2 temporadas.

MAZUR, D. **A Coreia do Sul e a Hallyu: uma globalização alternativa no mundo multipolar**. 2023. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2023.

MAZUR, D., MEIMARIDIS, M., RIOS, D. Original by deception: Netflix's mixed blessings to Hallyu in Brazil. *In: IS NETFLIX RIDING THE KOREAN WAVE OR VICE VERSA: AN INTERNATIONAL CONFERENCE*, 2022, Seul. **Proceedings** [...]. Seul: SNUAC, 2022.

MEIMARIDIS, M. Revendo a hegemonia da tv brasileira: o streaming de vídeo como força disruptiva na indústria televisiva nacional. **Revista GEMInIS**, São Carlos, v. 14, n. 2, p. 4-29, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.53450/2179-1465.RG.2023v14i2p04-29>. Acesso em: 29 mar. 2024.

MEIMARIDIS, M.; MAZUR, D.; RIOS, D. From São Paulo to Seoul: Netflix's strategies in peripheral markets. **Comunicación y sociedad**, México, v. 18, p. 1-25, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.32870/cys.v2021.8038>. Acesso em: 29 mar. 2024.

MORAES, C. Lázaro Ramos, na Amazon, diz que em 2022 Brasil tem de conversar consigo mesmo. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 8 jan. 2022.

NADA SUSPEITOS. Criação: César Rodrigues; Leandro Soares. Produção: Carolina Alckmin. Intérpretes: Fernanda Paes Leme; Thati Lopes *et al.* Brasil: Netflix, 2022. Série de televisão. 1 temporada.

NARCOS. Criadores: Chris Brancat; Carlo Bernard; Doug Miro. Produção: Paul Eckstein *et al.* Intérpretes: Wagner Moura; Boyd Holbrook *et al.* Estados Unidos; Colômbia: Netflix, 2015-2017. Websérie. 3 temporadas.

NETFLIX. What we watched: a Netflix engagement report. Los Angeles, 12 dez. 2023. Disponível em: <https://about.netflix.com/en/news/what-we-watched-a-netflix-engagement-report>. Acesso em: 14 jan. 2024.

NINGUÉM TÁ Olhando. Direção: Daniel Rezende; Fernando Fraiha; Marcus Baldini. Produção: Caio Gullane; Fabiano Gullane. Intérpretes: Thais Lago; Felipe Riqueime *et al.* Brasil: Netflix: 2019. Série de televisão. 1 temporada.

O CANGACEIRO do Futuro. Direção: Halder Gomes; Glauber Filho. Produção: Mayra Lucas; Carolina Alckmin. Intérpretes: Edimilson Filho; Chandelly Braz *et al.* Brasil: Netflix: 2022. Série de televisão. 1 temporada.

O ESCOLHIDO. Direção: Michel Tikhomiroff; Max Calligaris. Produção: Mixer Filmes. Intérpretes: Renan Tenca; Paloma Bernanrdi *et al.* Brasil: Netflix: 2019. Série de televisão. 1 temporada.

O MECANISMO. Direção: José Padilha; Felipe Prado; Marcos Padro. Produção: José Padilha; Marcos Padro. Intérpretes: Selton Mello; Carol Abras *et al.* Brasil: Netflix: 2018- 2019. Série de televisão. 2 temporadas.

ONISCIENTE. Direção: Isabel Valiante; Júlia Pacheco; Jordão. Criação: Pedro Aguilera. Produção: Tiago Mello; Pedro Aguilera. Intérpretes: Carla Salle; Sandra Corveloni *et al.* Brasil: Netflix, 2020. Série de televisão. 1 temporada.

ÖZKENT, Y. Reflection of orientalist discourse on Netflix Turkey: The Protector. In: TOMBUL, I.; SARI, G. (ed.) **Handbook of research on contemporary approaches to orientalism in media and beyond**. Hershey: IGI Global, 2021. p. 939-952.

PACETE, L. Netflix aposta no longo prazo para ampliar produção local no Brasil. **Forbes Brasil**, São Paulo, 11 jan. 2023.

PARK, J. H.; KIM, K.; LEE, Y. Netflix and platform imperialism: how Netflix alters the ecology of the Korean TV Drama industry. **International Journal of Communication**, Los Angeles, v. 17, p. 72-91, 2023.

PENNER, T.; STRAUBHAAR, J. Títulos originais e licenciados com exclusividade no catálogo brasileiro da Netflix: um mapeamento dos países produtores. **MATRIZES**, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 125-149, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v14i1p125-149>. Acesso em: 14 jan. 2024.

PETRUSKA, K.; WOODS, F. Traveling without a passport: 'Original' streaming content in the transatlantic distribution ecosystem. In: HILLS, M.; HILMES, M.; PEARSON, R. (ed.). **Transatlantic television drama: industries, programs, and fans**. Oxford: Oxford University Press, 2019. p. 49-68.

POTTER, A. SVODs' innovation in children's content. In: LOTZ, A.; LOBATO, R. (ed.). **Streaming video: storytelling across borders**. New York: NYU Press, 2023. p. 264-279.

PORTO, M. Telenovelas and representations of national identity in Brazil. **Media, Culture & Society**, Thousand Oaks, v. 33, n. 1, p. 53-69, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0163443710385500>. Acesso em: 14 jan. 2024.

RAVACHE, G. Netflix faz investimento recorde no país, apesar da crise dos streamings. **Valor Econômico**, São Paulo, 28 set. 2023.

REALITY Z. Direção: Claudio Torres. Produção: Claudio Torres; Renata Brandão. Intérpretes: Ana Hartmann; João Pedro Zarpa *et al.* Brasil: Netflix, 2020. Série de televisão. 1 temporada. Baseado em: *Dead Set*, de Charlie Brooker.

RIBEIRO, A. P.; SACRAMENTO, I. A renovação estética da TV. In: RIBEIRO, A. P.; SACRAMENTO, I.; ROXO, M. (ed.). **História da televisão no Brasil**: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010. p. 109-136.

RIOS, D. **Diversidade e dependência**: Netflix e o campo de produção de séries no Brasil. 2024. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2024.

SAMANTHA! Direção: Luis Pinheiro; Julia Jordão. Criação: Felipe Braga. Produção: Alice Braga *et al.* Intérpretes: Emanuelle Araújo; Douglas Silva *et al.* Brasil: Netflix, 2018-2019. Série de televisão. 2 temporadas.

SANTO. Direção: Vicente Amorim. Criação: Carlos López. Intérpretes: Bruno Gagliasso; Raúl Arévalo *et al.* Brasil: Netflix, 2022. Série de televisão. 1 temporada.

SCHEYERL, D.; SIQUEIRA, S. O Brasil pelo olhar do outro: representações de estrangeiros sobre os brasileiros de hoje. **Trabalhos em Linguística Aplicada**, Campinas, v. 47, n. 2, p. 375-391, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0103-18132008000200007>. Acesso em: 29 mar. 2024.

SEGUNDO SOL. Direção: Maria de Médicis. Criação: João Emanuel Carneiro. Intérpretes: Giovanna Antonelli, Emílio Dantas *et al.* Brasil: TV Globo, 2018. Telenovela.

SEM FILTRO. Direção: Cris D'Amato. Criação: João Paulo Horta. Intérpretes: Ademara; Flávia Reis *et al.* Brasil: Netflix, 2023. Série de televisão. 1 temporada.

SINTONIA. Direção: KondZilla; Johnny Araújo. Criação: KondZilla; Guilherme Quintella; Felipe Braga. Produção: Rita Moraes; Felipe Braga; Alice Braga. Intérpretes: Jottapê; Christian Malheiros *et al.* Brasil: Netflix, 2019-. Série de televisão. 4 temporadas.

SÓ SE FOR POR AMOR. Direção: Ana Luiza Azevedo; Gisele Barroco; Joana Mariani Criação: Luciano Patrick. Produção: Coração da Selva. Intérpretes: Filipe Bragança; Ana Mametto *et al.* Brasil: Netflix, 2022. Série de televisão. 1 temporada.

SOSA, H. Crossing the Atlantic: globo's wager in Portugal. In: SCIENTIFIC CONFERENCE OF THE INTERNATIONAL ASSOCIATION FOR MASS COMMUNICATION RESEARCH - POLITICAL ECONOMY SECTION, 1997, Oaxaca. **Proceedings** [...]. Praga: IAMCR, 1997.

SPECTROS. Direção: Douglas Petrie. Produção: Roberto D'Avila; Suraia Lenktaitis. Intérpretes: Danilo Mesquita; Cláudia Okuno *et al.* Brasil: Netflix, 2020. Série de televisão. 1 temporada.

STRAUBHAAR, Joseph D. Brazilian television: The decline of American influence.

Communication Research, New Jersey, v. 11, n. 2, p. 221-240, 1984.

<https://doi.org/10.1177/009365084011002006>. Acesso em: 29 mar. 2024.

TEMPORADA de Verão. Direção: Isabel Valiante; Caroline Fioratti. Produção: Boutique Filmes.

Intérpretes: Giovana Lancellotti; Gabz *et al.* Brasil: Netflix, 2022. Série de televisão. 1 temporada.

UM MALUCO no Pedaco. Produção: Will Smith; Quincy Jones; Benny Medina *et al.* Criação:

Andy Borowitz; Susan Borowitz. Intérpretes: Will Smith *et al.* Estados Unidos: NBC, 1990-1996. Série de televisão. 6 temporadas.

WAYNE, M. Netflix audience data, streaming industry discourse, and the emerging realities of 'popular' television. **Media, Culture & Society**, Thousand Oaks, v. 44, n. 2, p. 193-209, 2022.

Disponível em: <https://doi.org/10.1177/01634437211022723>. Acesso em: 14 jan. 2024.

WILLIAMS, E. Squid Game's script was rejected for 10 years before coming to Netflix. **Early**

Game, [s. l.], 6 out. 2021.

ZULIANI, A. A Sogra que te pariu: série da Netflix mira em Sai de Baixo, mas erra feio. **UOL - Notícias da TV**, São Paulo, 13 abr. 2022.

In the shadow of dominance: national audiovisual production in the Netflix style

Abstract

This study investigates the impact of Netflix on the Brazilian audiovisual industry, with an emphasis on the supposed diversification introduced by the platform in Brazil. We aim to analyze the duality inherent in this phenomenon, recognizing the role played by the company in expanding Brazilian narratives. We argue that although Netflix provides a global platform for these works, there is the potential for the loss of sovereignty over the representation of Brazil and Brazilianess on the international stage. Using a methodology that incorporates a critical analysis of Netflix's localization strategies in the Brazilian market, we investigate how they end up diversifying national representations in a scenario historically monopolized by Grupo Globo. However, we point out that Netflix reduces some imaginaries to stereotypes or to works devoid of cultural authenticity. This study thus contributes to an understanding of the complex interactions between local audiovisual production and foreign video streaming services in a Majority World market that is still unregulated.

Keywords

streaming video; netflix original; brasileiras; television; scripted fiction

Autoria para correspondência

Daniel Rios
daniel_rios@id.uff.br

Como citar

RIOS, Daniel; MEIMARIDIS, Melina; MAZUR, Daniela. À sombra da dominância: produção audiovisual nacional à moda Netflix. **Intexto**, Porto Alegre, n. 56, e-138185, 2024. DOI <https://doi.org/10.19132/1807-8583.56.138185>

Recebido: 24/01/2024

Aceito: 11/03/2024



Copyright (c) 2024 Daniel Rios, Melina Meimaridis, Daniela Mazur. Este trabalho está licenciado sob uma licença Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. Os Direitos Autorais dos artigos publicados neste periódico pertencem aos autores, e os direitos da primeira publicação são garantidos à revista. Por serem publicados em uma revista de acesso livre, os artigos são de uso gratuito, com atribuições próprias, em atividades educacionais e não-comerciais.