

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA (UFJF)**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (PPGCOM)**

**Matheus Bertolini Amorim**

**Conexões e inflexões do *streaming*:** Netflix e dinâmicas comunicacionais na  
cultura pós-convergente

**Juiz de Fora - Minas Gerais**

**2025**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA (UFJF)**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (PPGCOM)**

**Matheus Bertolini Amorim**

**Conexões e inflexões do *streaming*:** Netflix e dinâmicas comunicacionais na  
cultura pós-convergente

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação  
em Comunicação, área de concentração  
Comunicação e Sociedade, da Universidade  
Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial  
para obtenção do grau de Doutor.

Orientadora: Professora Doutora Soraya Maria  
Ferreira Vieira

**Juiz de Fora - Minas Gerais**

**2025**

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Bertolini Amorim, Matheus.

Conexões e inflexões do streaming : Netflix e dinâmicas comunicacionais na cultura pós-convergente / Matheus Bertolini Amorim. -- 2025.

224 p.

Orientador: Soraya Maria Ferreira Vieira

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2025.

1. Cultura digital. 2. Fluxo. 3. Originais Netflix. 4. Séries. 5. Streaming. I. Ferreira Vieira, Soraya Maria , orient. II. Título.

**Matheus Bertolini Amorim**

**Conexões e inflexões do streaming:** Netflix e dinâmicas comunicacionais na cultura pós- convergente

Tese apresentada ao Programa de Pós - Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial à obtenção do título de Doutor em Comunicação. Área de concentração: Comunicação e Sociedade.

Aprovada em 24 de setembro de 2025.

**BANCA EXAMINADORA**

**Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Soraya Maria Ferreira Vieira** - Orientadora

Universidade Federal de Juiz de Fora

**Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Gabriela Borges Martins Caravela**

Universidade Federal de Juiz de Fora

**Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Daiana Maria Veiga Sigiliano**

Universidade Federal de Juiz de Fora

**Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Alessandra Lucia Bochio**

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

**Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Mirna Tonus**

Universidade Federal de Uberlândia

Juiz de Fora, 09/09/2025.



Documento assinado eletronicamente por **Soraya Maria Ferreira Vieira, Professor(a)**, em 24/09/2025, às 11:56, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Alessandra Lucia Bochio, Usuário Externo**, em 24/09/2025, às 15:54, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Daiana Maria Veiga Sigiliano, Usuário Externo**, em 24/09/2025, às 17:54, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **MIRNA TONUS, Usuário Externo**, em 01/10/2025, às 20:47, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no Portal do SEI-Uffj ([www2.uffj.br/SEI](http://www2.uffj.br/SEI)) através do ícone Conferência de Documentos, informando o código verificador **2609993** e o código CRC **518CAF8C**.



Documento assinado digitalmente  
**GABRIELA BORGES MARTINS CARAVELA**  
Data: 06/10/2025 12:17:30-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

À minha mãe, Rejane Mesquita Bertolini, que partiu cedo demais, mas deixou em mim  
cada ponto, cada linha, cada esforço costurado com amor. Tecendo essa saudade que  
sigo bordando os caminhos que ela sonhou comigo.

## AGRADECIMENTOS

À minha mãe, Rejane, cuja memória transcende as barreiras do tempo e do silêncio. Ela é o fio invisível que costura minha existência com a delicadeza e a força de um bordado ancestral, um elo entre passado e futuro, que me sustenta nas incertezas e me impulsiona nos momentos de dúvida. Seu amor é a luz que habita os espaços mais sombrios do meu percurso, a presença silenciosa que, mesmo na ausência, se faz visceral e viva, tornando-se o fundamento íntimo sobre o qual este trabalho foi tecido. É por ela que sigo trilhando caminhos, entrelaçando memória, afeto e aprendizado, construindo uma narrativa que resiste e se reinventa.

Ao meu pai, Luis Geraldo, em memória, deixo aqui um reconhecimento singelo e profundo por todo o carinho que moldou minha jornada.

À minha irmã Monyanna, com quem sigo unido, compartilhando trajetórias, sonhos e desafios, construindo um laço que transcende a simples convivência e se revela na cumplicidade cotidiana. Juntos, navegamos as complexidades da vida e da família, fortalecendo uma história que pulsa em nossas veias, que se renova a cada diálogo, a cada gesto. Sua presença é ponte e porto, presença constante que me lembra o valor do pertencimento e da solidariedade nos caminhos que escolhemos.

À toda a família Bertolini e Amorim, cujas raízes profundas sustentam a árvore da minha existência e tecem a rede que envolve, ampara e nutre cada passo desta jornada. Não nomearei a todos, pois são muitos os nomes que habitam meu coração, mas desejo que se sintam representados especialmente pelas minhas primas Nayara, Eduarda e Luciana, cujas presenças e histórias simbolizam o amor incondicional, a força resiliente e o apoio constante que recebo de cada um de vocês. É nesse solo fértil, cuidadosamente cultivado por tantos, que floresceram sonhos, saberes e afetos que deram sentido e fundamento a este caminho.

Ao Heitor, companhia constante, abrigo e força nos dias de calmaria e tempestade. Sua presença criou espaço para que eu pudesse ser inteiro, vulnerável e, ao mesmo tempo, determinado. Neste reconhecimento, expresso gratidão pelo apoio que transcende palavras e se manifesta na simplicidade dos gestos, na cumplicidade e na confiança compartilhada, que ajudaram a pavimentar os caminhos desta jornada.

À minha amiga Lizandra, que acredita em mim quando eu mesmo hesito, e me inspira a nunca desistir. Seu apoio é a força que me impulsiona a crescer, enfrentar desafios com coragem e querer sempre construir uma nova e melhor versão de mim.

Sua amizade ilumina o caminho, lembrando-me que a persistência transforma sonhos em conquistas. Sou profundamente grato por sua presença constante e por ser uma verdadeira estrela guia na minha jornada.

Às amigas de graduação (para a vida) Mariana, Carla e Carolina que estiveram comigo desde os primeiros passos, testemunhas e parceiras dessa construção que se desdobrou ao longo dos anos. Vocês foram a rede que acolheu sonhos e medos, a companhia que fez do percurso algo menos solitário. Em cada encontro, em cada conversa, construímos um espaço de troca, apoio e crescimento que permanece vivo e presente, ressoando no presente e nas páginas deste trabalho.

Às amigas Luiza, Aline e Thalita, com quem estreitei laços ainda mais profundos, frutos das inquietações e descobertas provocadas pela pesquisa. Vocês foram presença fundamental no processo de reflexão e criação, companheiras que ajudaram a dar sentido aos desafios e a transformar dúvidas em possibilidades. Nosso convívio é marcado pela força da amizade que ultrapassa o acadêmico, tornando-se alicerce e inspiração para seguir adiante.

À minha orientadora, Soraya Ferreira, que desde 2016, na iniciação científica, acreditou em mim enquanto pesquisador e conduziu-me com sabedoria, paciência e rigor ao longo de todas as etapas desta trajetória. Sua orientação não foi apenas técnica, mas sobretudo um convite constante ao pensamento crítico, ao aprofundamento e à coragem de enfrentar os desafios do conhecimento e do afeto. Sou grato pelo olhar atento, pela confiança e pela mão que me ofereceu, que fizeram deste percurso uma jornada de transformação pessoal.

À banca avaliadora, expresso minha sincera gratidão pelo tempo, dedicação e olhar crítico que contribuíram para o aprimoramento deste trabalho. O diálogo construído a partir de suas observações e questionamentos foi fundamental para enriquecer a análise e fortalecer as reflexões aqui apresentadas.

Finalmente, agradeço à Universidade Federal de Juiz de Fora, que me acolheu em 2013 e se tornou espaço de formação, descoberta e transformação. É nela que reafirmo a importância da educação como instrumento fundamental para a construção de sujeitos críticos e conscientes, capazes de contribuir para a sociedade e para o conhecimento. Este doutorado não é apenas um título, mas o resultado de uma trajetória que começou ali, e que se estende para além dos muros acadêmicos, permeando minha vida em constante evolução.



O presente trabalho foi desenvolvido com apoio da CAPES – Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – através da concessão de bolsa de estudo de Doutorado apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001”, em razão da Portaria nº 206 da CAPES, publicada em 04 de Setembro de 2018, e das regras indicadas nos Termos de Compromisso para concessão de Bolsas.

## RESUMO

Esta tese pesquisa as reconfigurações das dinâmicas comunicacionais através do advento do fluxo *streaming*, atribuindo à Netflix o eixo central de estudo e tomando como marco simbólico a presença de dez anos no Brasil (2011–2021). Parte-se da hipótese de que o *streaming* não apenas altera modelos de distribuição e negócios, mas também redefine o consumo, formas de fruição e regimes de visibilidade a partir de práticas algorítmicas e da participação ativa dos públicos. O referencial teórico se constitui a partir de contribuições da convergência e pós-convergência midiática, dos estudos sobre fluxo televisivo e da cultura digital, incorporando ainda a noção de *acafan* (pesquisador-fã) como chave epistemológica. Nesse estudo o pesquisador assume o papel de sujeito, espectador, usuário, entre outros, mobilizando a uma leitura crítica desmembrada por vetores de desconstrução, contaminação e compartilhamento. A exploração acontece através de dez produções originais seriadas da plataforma, fundamentadas por registros organizados cronologicamente em quadros nos apêndices. As considerações obtidas apontam que o consumo audiovisual está cada vez mais consolidado como experiência híbrida, ou seja, um somatório multifatorial que une dinâmicas afetivas, estéticas e algorítmicas. Nesse plano de fundo, os agentes humanos e não humanos (seres bióticos e abióticos performáticos) co-produzem visibilidades e preferências, tensionam as narrativas pelo imediatismo e por práticas típicas desse modelo, como, por exemplo, o *binge-watching* e o engajamento *fan-driven*. Como articulações para reflexão, a tese propõe um enquadramento analítico para a cultura pós-convergente, legitima o *acafan* e organiza um registro de produções originais. Há também a construção sobre as inflexões da dinâmica comunicacional digital, percebidas nessa tese e exploração tanto nas singularidades desses títulos seriados, quanto na sobreposição de fluxos e nas escolhas dos fãs. Por fim, ressalta-se a necessidade de aprofundar estudos sobre exclusão digital, transparência algorítmica e os impactos que as empresas do audiovisual retroalimentam.

Palavras-chave: Cultura digital; Fluxo; Originais Netflix; Séries; *Streaming*.

## ABSTRACT

This investigates the reconfigurations of communicational dynamics through the advent of streaming flows, placing Netflix at the core of analysis and taking as a symbolic milestone the ten-year presence of the platform in Brazil (2011–2021). It starts from the hypothesis that streaming not only alters distribution models and business structures but also redefines consumption, modes of engagement, and regimes of visibility through algorithmic practices and the active participation of audiences. The theoretical framework is grounded in contributions from media convergence and post-convergence, television flow studies, and digital culture, while also incorporating the notion of *acafan* (academic-fan) as an epistemological key. In this study, the researcher assumes the roles of subject, spectator, and user, engaging in a critical reading guided by the vectors of deconstruction, contamination, and sharing. The analysis focuses on ten original Netflix series, supported by systematically organized records presented chronologically in the appendices. The findings indicate that audiovisual consumption is increasingly consolidated as a hybrid experience, a multifactorial composition that intertwines affective, aesthetic, and algorithmic dynamics. Within this framework, human and non-human agents (performative biotic and abiotic beings) co-produce visibilities and preferences, while narratives are reshaped by immediacy and practices characteristic of this model, such as binge-watching and fan-driven engagement. As contributions to reflection, the thesis proposes an analytical framework for post-convergent culture, legitimates the *acafan* as method, and organizes a record of original productions. It also highlights the inflections of digital communicational dynamics observed throughout the study, perceived both in the singularities of these serial titles and in the overlapping of flows and fan choices. Finally, the research underscores the need to deepen studies on digital exclusion, algorithmic transparency, and the sociopolitical impacts reinforced by audiovisual corporations.

Keywords: Digital culture; Flow; Netflix Originals; Series; Streaming.

## RESUMEN

Esta pesquisa investiga las reconfiguraciones de las dinámicas comunicacionales a partir del advenimiento del flujo del *streaming*, situando a Netflix como eje central de análisis y tomando como hito simbólico sus diez años de presencia en Brasil (2011–2021). Se parte de la hipótesis de que el *streaming* no solo modifica los modelos de distribución y negocio, sino que también redefine el consumo, las formas de fruición y los regímenes de visibilidad mediante prácticas algorítmicas y la participación activa de los públicos. El marco teórico se construye a partir de las contribuciones de la convergencia y posconvergencia mediática, los estudios sobre el flujo televisivo y la cultura digital, incorporando además la noción de *acafan* (académico-fan) como clave epistemológica. En este estudio, el investigador asume el papel de sujeto, espectador y usuario, realizando una lectura crítica orientada por vectores de desconstrucción, contaminación y compartición. El análisis se desarrolla a partir de diez producciones originales seriadas de la plataforma, sustentadas por registros organizados cronológicamente en tablas contenidas en los apéndices. Los hallazgos señalan que el consumo audiovisual se consolida cada vez más como una experiencia híbrida, es decir, un entramado multifactorial que articula dinámicas afectivas, estéticas y algorítmicas. En este marco, los agentes humanos y no humanos (seres bióticos y abióticos performativos) co-producen visibilidades y preferencias, tensionan las narrativas por la inmediatez y por prácticas propias de este modelo, como el *binge-watching* y el compromiso *fan-driven*. Como aportes para la reflexión, la tesis propone un marco analítico para la cultura posconvergente, legitima el *acafan* como método y organiza un registro de producciones originales. Asimismo, reflexiona sobre las inflexiones de la dinámica comunicacional digital, observadas tanto en las singularidades de estas series como en la superposición de flujos y en las decisiones de los fans. Finalmente, se destaca la necesidad de profundizar los estudios sobre exclusión digital, transparencia algorítmica y los impactos sociopolíticos retroalimentados por las empresas audiovisuales.

Palabras-clave: Cultura digital; Flujo; Originales de Netflix; Series; *Streaming*.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 01: Frames do vídeo de lançamento comemorativo dos 10 anos.....	123
FIGURA 02: Tela com planos disponíveis para assinatura da Netflix.....	130
FIGURA 03: Tela inicial Netflix.....	132
FIGURA 04: Tela com a categoria Séries na Netflix.....	133
FIGURA 05: Tela das séries organizadas na Netflix.....	134
FIGURA 06: Tela das séries brasileiras na Netflix.....	135
FIGURA 07: Tela “House of Cards”.....	137
FIGURA 08: Tela “Orange is the new black”.....	138
FIGURA 09: Divulgação “Jessica Jones”.....	140
FIGURA 10: Tela “Black Mirror”.....	141
FIGURA 11: Tela “13 Reasons Why”.....	142
FIGURA 12: Tela “La Casa de Papel”.....	144
FIGURA 13: Tela “Stranger Things”.....	145
FIGURA 14: Tela postagem Instagram @netflixbrasil - Sintonia.....	146
FIGURA 15: Tela “Sintonia”.....	147
FIGURA 16: Tela “O Gambito da Rainha”.....	148
FIGURA 17: Tweet @NetflixBrasil “O Gambito da Rainha”.....	149
FIGURA 18: Tela “Round 6”.....	150
FIGURA 19: Tela postagem Instagram @netflixbrasil - Round 6.....	151

## LISTA DE QUADROS

QUADRO 01 - Características estruturantes da cultura pós-convergente: saturação, hibridização, mobilidade e ubiquidade.....	63
QUADRO 02 - Produção seriada brasileira original Netflix 187	
QUADRO A.1 - Produções originais Netflix de língua inglesa - Ano 2013.....	202
QUADRO A.2 - Produções originais Netflix de língua inglesa - Ano 2014.....	203
QUADRO A.3 - Produções originais Netflix de língua inglesa - Ano 2015.....	204
QUADRO A.4 - Produções originais Netflix de língua inglesa - Ano 2016.....	205
QUADRO A.5 - Produções originais Netflix de língua inglesa - Ano 2017.....	206
QUADRO A.6 - Produções originais Netflix de língua inglesa - Ano 2018.....	208
QUADRO A.7 - Produções originais Netflix de língua inglesa - Ano 2019.....	209
QUADRO A.8 - Produções originais Netflix de língua inglesa - Ano 2020.....	211
QUADRO A.9 - Produções originais Netflix de língua inglesa - Ano 2021.....	213
QUADRO B.1 - Produções originais Netflix de língua não inglesa - Ano 2015.....	214
QUADRO B.2 - Produções originais Netflix de língua não inglesa - Ano 2016.....	215
QUADRO B.3 - Produções originais Netflix de língua não inglesa - Ano 2017.....	216
QUADRO B.4 - Produções originais Netflix de língua não inglesa - Ano 2018.....	217
QUADRO B.5 - Produções originais Netflix de língua não inglesa - Ano 2019.....	219
QUADRO B.6 - Produções originais Netflix de língua não inglesa - Ano 2020.....	222
QUADRO B.7 - Produções originais Netflix de língua não inglesa - Ano 2021.....	224

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>15</b>
<b>2. ENTRE O FÃ E O PESQUISADOR.....</b>	<b>24</b>
<b>2.1. ACAFAN: OLHARES POSSÍVEIS PARA CONSTRUÇÃO DE     CONHECIMENTO.....</b>	<b>33</b>
<b>3. CULTURA DIGITAL E SUAS FRONTEIRAS.....</b>	<b>41</b>
<b>3.1. CIBERCULTURA E AS CONFIGURAÇÕES DAS DINÂMICAS     SOCIOCULTURAIS.....</b>	<b>48</b>
<b>3.2. SATURAÇÕES E HIBRIDISMOS COMUNICACIONAIS.....</b>	<b>57</b>
<b>3.3. PÓS-DIGITAL? DRIBLANDO A EFEMERIDADE.....</b>	<b>69</b>
<b>3.4. CONEXÕES, ESPAÇOS E SUJEITOS HIPER-HÍBRIDOS.....</b>	<b>78</b>
<b>3.5. CONSUMO, TECNOLOGIA E HUMANIDADE: PRÓXIMOS     EPISÓDIOS.....</b>	<b>86</b>
<b>4. MEMÓRIA NETFLIX: 10 ANOS DE FÃS NO BRASIL E AMÉRICA LATINA. 95</b>	
<b>4.1. TIMELINE HISTÓRICA DA NETFLIX.....</b>	<b>99</b>
<b>4.2. 10 ANOS DOS MELHORES FÃS.....</b>	<b>113</b>
<b>4.3. TUDUM E ALMANAQUE: EXPANSÃO DE FLUXOS E LINGUAGENS     PARA/COM OS FÃS.....</b>	<b>116</b>
<b>4.4. MONITORAMENTO DAS REDES.....</b>	<b>120</b>
<b>5. DINÂMICAS DAS SÉRIES ORIGINAIS NETFLIX.....</b>	<b>126</b>
<b>5.1. EXPLORAÇÃO DOS ORIGINAIS NETFLIX.....</b>	<b>130</b>
<b>5.2. EXPLORAÇÃO DOS FLUXOS E (RE)CONFIGURAÇÕES DOS     ORIGINAIS NETFLIX.....</b>	<b>136</b>
<b>6. EXTREMIDADES: VIAS EXPERIMENTAIS NO AUDIOVISUAL SERIADO... 153</b>	
<b>6.1. EXTREMIDADES DO VÍDEO.....</b>	<b>158</b>
<b>6.2. DESCONSTRUINDO FRONTEIRAS: A DINÂMICA DA EXPERIÊNCIA     AUDIOVISUAL NO AMBIENTE DO STREAMING.....</b>	<b>163</b>
<b>6.3. CONTAMINAÇÃO DE LINGUAGENS: FLUÍDO DIGITAL NO</b>	

<b>STREAMING.....</b>	<b>169</b>
<b>6.4. PODER EM REDE: COMPARTILHAMENTO NO ECOSISTEMA DO STREAMING.....</b>	<b>177</b>
<b>7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>181</b>
<b>8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>193</b>
<b>APÊNDICE A - Produções originais Netflix de língua inglesa.....</b>	<b>202</b>
<b>APÊNDICE B - Produções originais Netflix de não língua inglesa.....</b>	<b>214</b>



## 1. INTRODUÇÃO

O consumo audiovisual estrutura-se em torno de modelos de negócios e empresas/corporações que se consolidaram pela oferta de títulos e pelas estratégias de distribuição que os acompanham. O fluxo audiovisual, entendido como atravessamento contínuo de mensagens, práticas de consumo e modalidades de acesso, configura-se como uma resultante de acúmulos históricos da comunicação, tais como a primeira transmissão televisiva, a inserção do vídeo-tape, o controle remoto, a tv via satélite, a criação de vídeos através de inteligências artificiais, enfim, e transformações que se entrelaçam ao próprio avanço tecnológico, não como mera consequência, mas como instância que tensiona e reconfigura os modos de ver, acessar e experienciar o audiovisual.

Raymond Williams foi um dos pensadores que inaugurou esse debate ao analisar a lógica unidirecional da televisão. Em sua reflexão, o fluxo televisivo é compreendido como um processo sequencial e planejado, no qual as transmissões são organizadas de forma deliberada. Trata-se de uma estrutura em que a programação é composta por programas, intervalos, comerciais e notícias, todas encadeadas com intencionalidade, mantendo a centralidade das decisões nas mãos de quem as emite. Essa concepção evidencia a passividade do espectador, que se insere em um sistema no qual a experiência de assistir é moldada pela continuidade planejada da transmissão.

O formato *broadcast* (ou difusão, em português) constitui-se pela transmissão de conteúdos audiovisuais para um público amplo e disperso, com a ideia do fluxo via ondas de rádio, cabos ou satélites. Essa ideia é erguida pela lógica da emissão de fluxos de um ponto focal, para o alcance de muitos receptores, por uma única via, ou seja, uma transmissão sequencial unidirecional.

A presença de produtos audiovisuais como telenovelas, telejornais, e uma infinidade de gêneros televisivos, na distribuição *broadcast* provoca uma reorganização cultural significativa no cotidiano da sociedade. O fluxo televisivo deixa de ser um mero dispositivo técnico e se consolida como uma engrenagem estratégica do mercado. A grade rígida, pautada pelo relógio e delimitada por horários fixos, condiciona o tempo de permanência do espectador diante da tela. A audiência, medida pelo número de espectadores, passa a legitimar esse modelo, revelando o fluxo como uma forma narrativa complexa, uma engrenagem que estrutura e regula o tempo da vida cotidiana (Barbero, 1997).

A televisão, enquanto tecnologia de emissão de fluxos, ainda no modelo introduzido e centrado exclusivamente pelos fluxos unidirecionais, cria uma estrutura de sentido, como uma história que nunca termina, ou seja, uma programação que está pronta e funciona a todo momento em que é acionada. Como consequência, os fluxos e dinâmicas tornam-se responsáveis por marcar o tempo social, influenciando quando comemos, descansamos, nos informamos, nos reunimos com a família e, muito das vezes, diante dessa tela emissora de signos.

Podemos afirmar que, a tecnologia e o fluxo que nela se instaura, não apenas rompe a realidade, mas a constrói através de seu ritmo e presença constante de uma maneira coesa, pois cada produto torna-se uma linguagem autônoma. Afinal, conforme Machado (2000) o fluxo televisivo não é composto de programas isolados, mas de uma sucessão ininterrupta de imagens e sons, que define a própria linguagem do meio e quem a consome.

O fluxo não apenas define a televisão enquanto linguagem própria, mas também molda seus espectadores forjando subjetividades, hábitos e modos de ver o mundo. Ao organizar conteúdos de forma contínua e envolvente, o meio não apenas transmite, mas constitui. Como destaca Canclini (2015, p. 162), “o consumo cultural na era das mídias eletrônicas se configura como um fluxo de signos que atravessa fronteiras de forma desigual e descontínua”. Assim, o espectador é atravessado por narrativas mediadas por lógicas de circulação cultural, que redefinem tanto os sentidos quanto os modos de pertencimento.

Esse pertencimento se consolida na medida em que os espectadores deixam de ocupar uma posição estritamente receptiva e passam a integrar ativamente o processo comunicacional. A partir dessa premissa, emerge a noção de bidimensionalidade: um fluxo que, embora ainda opere majoritariamente na lógica de um para muitos, passa a admitir o retorno, abrindo espaço para que muitos também se comuniquem. Essa inflexão se materializa na incorporação de esferas participativas, nas quais o público não apenas consome, mas interfere e molda os próprios conteúdos ofertados.

Trata-se de um momento em que as fronteiras entre diferentes meios (TV, cinema, internet, rádio, games, redes sociais) estão cada vez mais tênues. Os conteúdos circulam de forma integrada e interdependente, passando de uma plataforma para outra. Portanto, conforme esse recorte, poderíamos inferir que trata-se de “uma era de convergência midiática, na qual o fluxo de conteúdo através de múltiplas plataformas é moldado pelas escolhas ativas dos indivíduos.” (Jenkins, 2009, p. 2).

O fluxo e a televisão em tempos de convergência, conforme analisa Ferreira (2014), evidenciam que a dinâmica audiovisual já não se restringe a um único meio, mas se expressa conforme uma circulação constante entre diferentes plataformas e canais. Nesse contexto, o fluxo assume uma nova conotação, marcada pela celeridade e pela fragmentação, rompendo com a ideia de linearidade rígida e previsível que caracterizava as mídias tradicionais.

As transformações midiáticas no contexto audiovisual, especialmente no que tange à transição do modelo de negócio das empresas do ramo audiovisual, redefine as práticas produtivas e reconfigura a relação entre conteúdo, emissora e audiência. Conforme Ferreira (2014) a televisão contemporânea é marcada pela interferência coletiva. Afinal os contornos midiáticos tornam-se instáveis e há a emergência de um espectador ativo, participativo, multiplicador e produtor de uma dinâmica instaurada na combinação entre tv e redes sociais digitais.

A inflexão dos fluxos proposta por Williams e continuadas por Ferreira, também desenvolvida conforme várias outras configurações de autores como Castells, elaboram conceitos para pensar a sociedade, a cultura midiática e ampliar significativamente o campo de análise sobre as transformações impulsionadas pelas tecnologias contemporâneas. A rigidez das formas fixas deixa de sustentar os processos de produção simbólica, que agora se estruturam em constante reorganização. Nesse cenário, marcado principalmente pela força da internet, os sentidos são moldados por dinâmicas mutáveis, fluídas e instáveis, evidenciando uma cultura comunicacional em permanente reconfiguração.

As transformações no modo como os fluxos são concebidos, distribuídos e experienciados apontam para uma reconfiguração mais ampla do ecossistema midiático. Não se trata de uma simples sucessão entre velhas e novas mídias, mas de um embate contínuo por atenção, capital e permanência simbólica. É nesse cenário, tensionado entre tradição e inovação, que os fluxos audiovisuais deixam de seguir uma linearidade previsível e passam a se articular em redes descentralizadas, moldadas por algoritmos, interesses corporativos e hábitos de consumo hiperconectados.

Os novos meios não extinguem os anteriores, mas os desestabilizam em sua lógica original, reorganizando suas estruturas e funções dentro de um ecossistema digital cada vez mais competitivo e saturado (Scolari, 2020). Essa convivência desigual não é neutra, afinal revela disputas intensas por atenção, dados e engajamento, em que o

consumo audiovisual torna-se um instrumento tático subordinado às engrenagens de lucro das corporações que moldam a experiência midiática contemporânea.

A emergência de fluxos e empresas, sobretudo direcionadas ao *streaming*, reafirma que não vivenciamos a queda das linguagens das mídias entendidas como tradicionais, mas sim, as empresas descontinuadas por não atuarem sua presença nas inflexões digitais instauradas, tais como as novas formas de funcionarem, produzirem, financiarem e dialogarem com as dinâmicas comunicacionais contemporâneas.

Esse ecossistema digital configura-se como um território partilhado e instável, onde diferentes mídias coexistem, colidem e disputam sentidos em uma lógica de atenção contínua, inclusive com os próprios usuários, que também produzem, remixam e redistribuem conteúdos. Nesse cenário, o fluxo midiático audiovisual deixa de estar ancorado em espaços centralizados e passa a ocupar zonas limítrofes e multifocais, marcadas por dinâmicas difusas. A audiência, antes entendida como espectadora passiva, transforma-se em sujeito demandante, reivindicando participação ativa, interação e reconhecimento em um sistema que já não opera apenas por emissão, mas por trocas.

Trata-se, portanto, de usuários-espectadores que atuam de forma sincronizada com o consumo, não mais restritos à recepção, mas imersos em práticas ativas de participação, curadoria e circulação de sentidos. São sujeitos que compartilham, ressignificam e reconstroem linguagens a partir de seus repertórios culturais, afetivos e sociais, expandindo os limites do conteúdo original. Ao apropriar-se dos fluxos midiáticos, esses indivíduos reorganizam narrativas e ativam novas camadas de significação, desafiando as estruturas hierárquicas tradicionais e instaurando modos plurais de produção simbólica.

O conteúdo se torna móvel, adaptável, recombinável e seu significado, instável, pois se ressignifica constantemente ao ser apropriado por diferentes sujeitos, em diferentes contextos. O termo fluxo parece atuar em seu ápice de sentido, ou seja, movimento contínuo, ininterrupto, que segue múltiplas direções, tempos, espaços, estéticas e dinâmicas. Um cenário remodelado, convergido e instaurado no cotidiano dos sujeitos. Acrescido de tecnologias que são mediadoras de toda a experiência de consumo e delineadoras do capitalismo de dados, ou seja, as informações digitais interpretadas como um ativo de monetização, lucro e poder. Baseado pela coleta e interpretação, torna-se uma nova forma de exploração de recursos, mas dessa vez, através da economia digital.

Consumir passou a ser a nova inflexão do verbo assistir. Já não se trata apenas de ver um conteúdo audiovisual, mas de interagir com ele dentro de uma lógica estruturada por dados, algoritmos e personalização. O gesto de assistir, antes linear e localizado no tempo, agora se inscreve em um ecossistema mais amplo, onde nossas escolhas, ritmos e pausas retroalimentam as próprias dinâmicas de produção e distribuição. Não é exagero dizer que já não assistimos: consumimos. E nesse consumo, somos atravessados por camadas tecnológicas, estéticas e mercadológicas que reconfiguram nosso lugar enquanto sujeitos diante das telas. Sujeitos esses que não são considerados pontos de partida ou chegada de mensagens/conteúdos, mas uma fonte de dados e lucros, coletados, capitalizados e convertidos em novas informações. Capazes de transformarem o processo comunicacional, em uma análise de interações digitais que determina preferências, comportamentos e agencia as “*commodities*” de um sistema econômico personalizável.

Entretanto, o audiovisual, na contemporaneidade, não pode mais ser entendido como uma prática isolada e meramente utilitária. Ele se entrelaça com a noção de experiência, compondo um processo mais complexo e subjetivo. Se, por um lado, o consumo é definido como a utilização de bens e serviços voltada à satisfação de necessidades humanas, por outro, a experiência implica vivência direta, percepção sensível e envolvimento emocional. Nesse cruzamento, o ato de consumir adquire contornos afetivos, simbólicos e identitários, e o espectador deixa de apenas acessar conteúdos para vivenciá-los de modo imersivo, interativo e muitas vezes personalizado, dentro de uma lógica que redefine as relações entre sujeito, produto e mediação tecnológica.

Cabe-nos, então, refletir sobre os desdobramentos de unir consumo e experiência em um mesmo campo de análise. Tal união reconfigura a dinâmica comunicacional e transporta o audiovisual contemporâneo para um ecossistema híbrido, no qual a ação humana se entrelaça com as interferências técnicas e algoritmos de recomendação. Na atual era pós-conectiva, marcada pela interdependência entre dispositivos, plataformas e sujeitos, a pergunta que se impõe não é mais apenas sobre o que consumimos, mas quem (ou o quê) conduz esse consumo. Seria ainda o espectador o protagonista do fluxo? Ou já nos encontramos diante de uma condução tecnológica que antecipa escolhas, organiza rotinas e molda experiências a partir de padrões invisíveis?

A presente pesquisa parte de um lugar assumidamente afetado: o do pesquisador que também é espectador, usuário e fã. Essa escolha não é casual nem retórica, mas política e metodológica. Inserir-se como sujeito ativo da investigação e permite tensionar o olhar distanciado que comumente isola o objeto de estudo da vivência de quem o observa. Ao contrário, aqui compreende-se que o pesquisador é atravessado pelas dinâmicas que busca compreender e que sua escuta, seu engajamento e sua permanência no campo digital fazem parte da construção do próprio conhecimento. O consumo audiovisual, portanto, não é tratado como algo exterior, mas como experiência vivida, construída a partir de repertórios simbólicos, afetivos e culturais que se misturam à própria trajetória de quem investiga. Esta é uma pesquisa que nasce da imersão, da fricção entre o uso e a análise, do atravessamento entre o que se consome e o que se pensa.

Diante disso, propomos a reflexão sobre a cultura digital e seus desdobramentos, reconhecendo suas múltiplas camadas e contradições. A contemporaneidade, marcada por fluxos cada vez mais intensos, híbridos e interdependentes, exige uma abordagem que não se limite à descrição dos fenômenos, mas que enfrente as complexidades dos regimes de captura temporal, da aceleração da informação, da constante atualização de plataformas e linguagens. Não se trata apenas de compreender como a Netflix funciona, mas de escavar os sentidos que emergem dessa relação com os públicos, com o tempo, com as formas narrativas e com os modos de se estar no mundo a partir da convergência midiática já instaurada. Essa densidade exige um olhar que transite entre as bordas, que acolha a ambivalência e que reconheça o lugar da subjetividade como parte do processo de produção de conhecimento.

Nesse sentido, o recorte cronológico adotado nesta investigação toma como ponto de inflexão simbólica a celebração dos dez anos da chegada da Netflix ao Brasil, comemorada em 2021. Mais do que uma efeméride, esse marco temporal permite observar como a plataforma se consolidou como um vetor de transformação da lógica audiovisual no país, promovendo uma série de deslocamentos entre o online e o offline, o nacional e o global, o doméstico e o coletivo. O momento da celebração também traz consigo um discurso de pertencimento, de conquista e de naturalização do consumo digital como parte da rotina cotidiana. Ao trazer esse marco para o centro da análise, busca-se iluminar o processo de normalização das plataformas e suas interfaces com o mercado, o tempo livre, a privacidade e a cultura do algoritmo.

Por fim, a pesquisa propõe uma leitura crítica da Netflix a partir das extremidades. Extremidades que não apontam para um fim, mas para zonas de fricção, para pontos de tensão em que o consumo deixa de ser apenas uma resposta à demanda e passa a ser campo de disputa simbólica, política e econômica. A análise se debruça sobre os vetores que atravessam esse ecossistema: os dados, os algoritmos, as práticas curatoriais, a estetização do cotidiano, a personalização do conteúdo e a própria performance dos usuários diante da plataforma. Ao observar esses movimentos entre os vetores, o estudo propõe uma leitura dos modos de ver e ser visto, de consumir e ser consumido, de habitar um espaço onde os fluxos não são neutros, mas carregam consigo as marcas daquilo que se compartilha, se contamina e se transforma dentro da lógica do capitalismo digital e de dados.

Essa tese reconhece que investigar o consumo audiovisual no contexto da Netflix não é apenas dissecar uma plataforma ou seguir a cronologia de um fenômeno tecnológico. É, sobretudo, confrontar as formas pelas quais somos moldados por aquilo que escolhemos (ou que nos escolhe) assistir. Neste espaço saturado de algoritmos, promessas de personalização e fluxos incessantes, o ato de consumir se revela como uma prática simbólica e política. A Netflix, enquanto objeto e síntese dessa era conectiva, a nosso ver, torna-se espelho e artifício, ou seja, reflete desejos, mas também os orienta; acolhe diferenças, mas também as reduz a métricas. Assim, esta tese se propõe não a encerrar verdades, mas a abrir fissuras entre o ver e o ser visto nas ambiências digitais, entre a promessa de liberdade e os limites impostos pela lógica do capital, entre a tentativa de captura do pesquisador e sua própria condição de espectador capturado.

Portanto, a tese foi estruturada em capítulos que procuram evidenciar os pontos de inflexão no contexto previamente delineado. O segundo capítulo, sendo esta introdução o primeiro capítulo, tem como objetivo apresentar o pesquisador, entendido aqui como peça central para a inserção no processo investigativo. A partir da noção de *acafan* (Jenkins, 2011) reconhece-se que determinadas temáticas, por afinidade e implicação pessoal, emergem e ganham contornos singulares durante a leitura crítica. Nesse movimento, tanto os fãs quanto pesquisadores interessados no tema podem apontar novos caminhos, ou ao menos sugerir perspectivas capazes de incorporar a construção social do pesquisador enquanto sujeito ativo e participante.

Na sequência, o capítulo seguinte oferece uma visão ampliada das cultura digital e suas ramificações para o *streaming*. Ou seja, no terceiro capítulo, conceitos

desenvolvidos por Lúcia Santaella, Raquel Recuero, Massimo Di Felice, tais como, cibercultura, ubiquidade, cultura pós-conectiva, entre outros, orientam a construção do ambiente teórico no qual esta pesquisa se ancora, justamente pelo entendimento central dos autores quanto a mídia existir enquanto um elemento engendrado e interativo em relação à cultura. A partir desse plano de fundo, o quarto capítulo apresenta a Netflix como recorte central da investigação, considerando os dez anos de sua atuação no Brasil e os principais marcos dessa trajetória. Nesse percurso, a plataforma (re)configura dinâmicas e fluxos audiovisuais próprios do *streaming*, consolidando-se junto aos fãs por meio do acúmulo de dados, da presença constante nas redes e da ampla circulação de conteúdos.

Nesse movimento de retroalimentação, os originais da Netflix, analisados no capítulo cinco, tornam-se expressão das mutações que vêm reconfigurando a dinâmica do *streaming* ao atravessar as fronteiras tecnológicas. São examinados dez títulos, selecionados com base na relevância e na interpretação oferecida por sites especializados nesse tipo de consumo, a fim de identificar pontos de diálogo, inovação e destaque no cenário da cultura digital.

O capítulo seis toma como base o conceito de Extremidades (Mello, 2004), conduzindo uma leitura crítica sustentada por três vetores. O primeiro, a desconstrução, para essa tese, busca compreender a necessidade de desfazer fluxos, tecnologias e dinâmicas comunicacionais, a fim de reconstruí-los em novos formatos, proporções e adequações diante das convergências instauradas. O segundo vetor, a contaminação, manifesta-se nesta pesquisa sobretudo nas linguagens, que adquirem relevância ao se materializarem nas interferências entre as produções audiovisuais do *streaming*, em especial da Netflix. O terceiro vetor, o compartilhamento, será apropriado por nós para referir ao trânsito contínuo de informações e práticas de consumo, em que fãs e plataforma sustentam uma relação de retroalimentação: os fãs desejam produtos a consumir, enquanto a provedora depende desses consumidores para validar e expandir sua circulação.

Nas considerações finais, reafirma-se como proposta central a continuidade e a abertura de novas pesquisas, capazes de identificar inflexões que transformem as conexões expandidas instauradas pelo *streaming*. Trata-se de uma dinâmica que articula múltiplos fatores e produz um cenário diverso, ora atravessado pelas subjetividades dos sujeitos consumidores, ora orientado pela lógica mercadológica e algorítmica, que tanto revelam quanto silenciam determinados fluxos. Acrescenta-se, ainda, que os apêndices



oferecem uma contribuição de registro ao reunir e organizar títulos originais referentes ao período analisado, servindo como material de apoio e memória para investigações futuras.

## 2. ENTRE O FÃ E O PESQUISADOR

Assim como a Netflix, essa pesquisa também possui um percurso desenvolvido que merece ser mencionado para iniciarmos possíveis articulações. Começamos a nos debruçar sobre esse estudo em 2016, contemplados por uma bolsa de Iniciação Científica através da Universidade Federal de Juiz de Fora – Minas Gerais<sup>1</sup>. A provedora global audiovisual ainda era pouco explorada enquanto área de interesse e nos questionávamos: “Netflix é a nova televisão?”

A escolha do objeto, naquele momento, era determinada devido a exclusividade que a Netflix possuía enquanto empresa audiovisual no *streaming*. Tratava-se de um cenário recente para o audiovisual, sobretudo seriado e filmico, que passava a ser hospedado em um formato, até então, pouco difundido entre os consumidores.

Nosso problema era pautado pelo cruzamento das linguagens e fluxos migratórios enquadrados na forma de consumo audiovisual: ora estabelecida por uma grade televisiva, ora acessada exclusivamente pela internet. Entretanto, notamos que nossa visão poderia estar limitada ao buscar centralizar as divergências. Afinal, estávamos diante do que Michael Wolff (2015) referencia como um momento revolucionário da produção audiovisual em detrimento da tecnologia.

Tal revolução, conforme o autor mencionado acima, não está diretamente atrelada à inovação técnica dos dispositivos, mas sim a uma mudança estrutural mais profunda: a desestabilização das hierarquias tradicionais da mídia, marcada por um reposicionamento estratégico dos fluxos, conteúdos e formas de consumo. Para Wolff, a televisão, enquanto linguagem e regime de atenção, não desaparece diante do digital, mas ressurge reformulada, deslocando o centro gravitacional da mídia para uma nova configuração, onde o streaming torna-se protagonista.

É nesse atravessamento que a Netflix se insere como símbolo e agente de ruptura, não por extinguir o modelo televisivo, mas por absorvê-lo e ressignificá-lo sob a lógica algorítmica, *on demand* e personalizada. A revolução referida por Wolff não é, portanto, técnica, mas cultural, pois reorganiza hábitos, expectativas e temporalidades. O poder não reside na tecnologia enquanto objeto, mas na articulação entre plataformas, dados e subjetividades. A Netflix deixa de ser apenas um catálogo digital e passa a

---

<sup>1</sup> Durante a realização dessa pesquisa, nos inserimos ativamente no consumo e contexto da dinâmica comunicacional via streaming, e como o diálogo entre TV e Web era dado. O projeto foi coordenado pela Professora Doutora Soraya Ferreira / Universidade Federal de Juiz de Fora.

operar como um dispositivo comunicacional complexo, que molda o consumo a partir de interações preditivas e afetivas. Estamos diante de um fluxo que se adapta em tempo real ao comportamento do usuário, e que, por isso mesmo, tensiona a experiência audiovisual para além da programação linear e sequencial que caracterizava a televisão tradicional.

Essa virada, marcada pelo que Wolff denomina de triunfo inesperado da “velha mídia” em novos formatos, corrobora a percepção de que o digital não substitui o passado, mas o recodifica. E, nesse movimento, a Netflix performa não como ruptura total, mas como convergência tensionada, onde a técnica é meio, e não fim. A revolução, portanto, está na maneira como essas tecnologias são atravessadas por lógicas de capital, atenção e performatividade cultural, desestabilizando fronteiras entre espectador, produtor e plataforma.

Esses questionamentos esclarecem o papel da Netflix como uma empresa sólida inserida na lógica do capitalismo. Sua consolidação é reflexo da tecnologia e da demanda dos fluxos que foram significativamente inseridos no consumo contemporâneo audiovisual. Apesar da diferenciação do modelo televisivo clássico, compreendido como uma programação linear e sequencial, a Netflix reconfigurou a experiência do espectador e se equiparou com grandes empresas que detinham esse público frente aos seus aparelhos televisivos no Brasil.

Ao “dividir” esses espectadores, nos colocamos diante de fruições distintas nesse consumo. Por um lado, o fluxo televisivo tradicional, como um ciclo fixo, estruturado de maneira previsível e ritmada pela empresa emissora; por outro, um catálogo e personalizações cada vez mais complexas e completas para esse consumidor que decide o que, como e quando assistir.

Com essa visão e questões podemos nos arriscar a dizer que a revolução mencionada pelo autor anteriormente citado está inserida na flexibilização do fluxo, na descentralização da distribuição e nas possibilidades de compartilhamento pelas redes sociais digitais, que ganham força e são inseridas nos planos de marketing das empresas de *streaming* e TV.

Nessa combinação entre assistir/consumir algo e intensificar o papel ativo desse espectador, encontramos feitos na lógica capitalista contemporânea que se alinham ao desenvolvimento da cultura digital. Seja pelo modelo de distribuição, que permite práticas de *binge-watching*, na qual os usuários podem assistir episódios ou temporadas de uma série sem interrupção, aumentando o tempo de permanência na plataforma e

maximizando a retenção de assinantes, ou ainda pela inserção cada vez mais ativa do fluxo algorítmico, personalizando e recomendando obras através da lógica de converter os dados em informações que, posteriormente, são transformadas em visualizações.

Essa contextualização midiática, sobretudo das narrativas seriadas, interessou a reflexão sobre as convergências e singularidades permitidas ao advento dos fluxos comunicacionais, temporalidade e estética, uma forma de pesquisar e desconstruir a indústria da comunicação, para que a mesma se transformasse, inevitavelmente, para/com os fluxos emergentes da cultura digital. Dentro dessa pesquisa, ainda em 2016, percebemos que tratava-se de um tráfego inevitável e já instaurado pela convergência midiática. Ou seja, essas características não estavam separadas entre a relação do sujeito e seu entorno comunicacional, ao contrário, existia uma composição cada vez mais presente entre o consumidor e a tecnologia.

Dessa forma, notamos que a indagação, anteriormente exposta enquanto ponto de partida do estudo na iniciação científica, era inversamente questionável. Ao ponto que o *streaming* poderia ter características televisivas, assim como a televisão poderia exibir fundamentos desse fluxo de mídias. Sendo protagonistas justapostas nesta revolução, consolidando (ou não) seu modelo de negócios inserido nesse contexto conectivo. Afinal, não trata-se de uma transição pelo caráter de substituição, mas sim, pelos reflexos das novas formas de mercantilização do audiovisual, que intensificam o consumo e criam um cenário de competitividade do capitalismo que reúne, agora, não apenas empresas televisivas, mas também empresas de tecnologia e *streaming*.

Esse entrelaçamento, que em um primeiro momento parecia uma sobreposição gradual, revelou-se, na verdade, uma mistura complexa e irreversível entre distintas lógicas midiáticas, econômicas e afetivas. A convergência deixou de ser apenas uma hipótese teórica para se instaurar como prática cotidiana. O que se viu foi um deslocamento do centro emissor, antes concentrado nas grades televisivas e seus horários fixos, para um espectador algoritmicamente interpretado, posicionado no centro das decisões, ainda que sob o verniz de escolha.

Tal aparente autonomia, entretanto, carrega em si as nuances de uma performatividade dirigida, orientada por dados, metadados e padrões de comportamento que, ao serem retroalimentados, constroem um ciclo de consumo contínuo, personalizado e silenciosamente vigiado. É nesse ponto que a Netflix desponta como um elemento cultural e comunicacional paradigmático. Não apenas como uma empresa

de entretenimento, mas como um organismo ativo na mediação entre sujeito e conteúdo, entre desejo e oferta, entre cultura e mercado.

A mercantilização do audiovisual, nesse contexto, se reinventa não mais pela produção em massa ou pela exclusividade da transmissão, mas pela capacidade de ocupar o tempo do usuário com sugestões calculadas, gerando uma nova estética de fruição, marcada por maratonas, interrupções eliminadas e ritmos que desobedecem à lógica do tempo cronológico da TV. A temporalidade torna-se maleável, moldada pela interface, pela disponibilidade e pela conveniência. Mais do que uma transformação técnica ou de formato, trata-se de uma inflexão na lógica da experiência audiovisual.

Os conteúdos originais da plataforma, ao lado da engenharia algorítmica de recomendação, operam como ferramentas de fidelização, mas também como vetores de uma estética do excesso, da hiper disponibilidade e do esvaziamento da espera. Se antes a expectativa entre episódios era parte constitutiva da narrativa televisiva, agora a narrativa é moldada pelo imediatismo do clique e, com isso, uma nova forma de apreensão do mundo se impõe, em que os limites entre produção, consumo e repetição são progressivamente diluídos.

Nesse cenário, cabe questionar se o espectador permanece enquanto tal ou se estamos diante de uma mutação que dá origem a um novo sujeito comunicacional, imerso em ambientes mediados não apenas por interfaces, mas por lógicas de mercado travestidas de experiência personalizada.

A Netflix, nesse sentido, não apenas reorganiza a distribuição audiovisual, mas também interfere na constituição subjetiva de seus usuários, oferecendo não só conteúdos, mas formas de ver, sentir e se posicionar diante do mundo. Uma formação constante, que atua pela via do entretenimento e que, justamente por isso, merece ser problematizada como fenômeno comunicacional total.

Avançando para o ano de 2017, mergulhamos em narrativas complexas seriadas originais da Netflix<sup>2</sup>. Nesse momento da pesquisa, o intuito era entendermos um ponto possível de relevância para a plataforma. Tornando seus títulos originais sua principal munção de competitividade. Aqui já incluímos a Netflix como um processo de confirmação econômico e social, afinal, ela já estava engendradora culturalmente como pioneira e líder do segmento *streaming*.

---

<sup>2</sup> Trabalho de Conclusão de Curso, para Bacharelado em Jornalismo, Netflix e Ecossistema Comunicacional: Os 13 Porquês. Disponível em mídia física no acervo da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, Minas Gerais, Brasil.

Nesse intuito de diferenciação no mercado, a concorrência no setor audiovisual seriado ainda era marcada pelos fluxos e conteúdos televisivos e da Netflix - antes da expansão de outros serviços do *streaming*. A rentabilidade desses espaços era também a busca pela diferenciação competitiva. Se a TV sustentava-se por publicidade, a Netflix sustentava-se pelas assinaturas.

Os conteúdos originais, dessa forma, passaram a ser um cartão de visita para a exclusividade que a Netflix poderia oferecer. Títulos inéditos, não assistidos em cinemas ou na programação da TV, permitiram uma consolidação que ameaçava uma hegemonia no audiovisual. Contudo, já existiam articulações para as empresas tradicionais brasileiras capazes de responder a essa mudança, investindo nesse novo mercado, mas ainda com características enraizadas do modelo de negócio tradicional televisivo, ou seja, um reflexo dos conteúdos entre as telas e programações da TV.

A corrida pelo espectador simboliza mais do que uma competição empresarial, mas sim, uma representação dos fluxos migratórios e das dinâmicas comunicacionais da conectividade. O foco era, cada vez mais, um formato de transmissão e acesso adaptado ao consumo digital participativo e multidirecional. A partir dessa perspectiva, o mercado começa a ser pressionado por uma reconfiguração emergente e nas práticas de consumo audiovisual digital, exigindo adaptações nos fluxos, conteúdos e participações. As empresas televisivas que não se adequaram a essa transformação, seja por resistência ou pela falta de visão de mercado, não apenas ficaram para trás, mas também viram suas oportunidades de lucro se esvaírem, enfrentando perdas substanciais nessa disputa acelerada em um ambiente cada vez mais dinâmico e competitivo.

A lógica da centralidade, que até então norteava parte da pesquisa, tornou-se insuficiente. O que antes era percebido como núcleo, os títulos originais, as estratégias de marketing, a própria arquitetura da plataforma, passou a coexistir com uma miríade de elementos periféricos que também interferem decisivamente na experiência audiovisual.

Elementos estudados que, embora muitas vezes ignorados pelas análises tradicionais, revelam-se como zonas férteis para compreender os atravessamentos simbólicos, afetivos e tecnológicos que permeiam a relação entre o sujeito e a plataforma. Ou seja, as extremidades da Netflix, suas margens narrativas, seus descompassos estéticos, seus tensionamentos com o espectador, passaram a configurar um novo campo de interesse investigativo, no qual o foco deixa de ser apenas o que é exibido e passa a incluir também o modo como é recebido, negociado e performado.

Essa mudança de olhar não representa uma negação do percurso anterior, mas um desdobramento necessário frente à complexidade do objeto. Trata-se de reconhecer que, em um cenário marcado pela convergência contínua entre tecnologia, cultura e mercado, os pontos de contato mais significativos não estão, necessariamente, nos centros estruturais das plataformas, mas nas suas vias multilaterais, nas suas falhas e nas suas zonas de tensão.

Ao seguir essa trilha, a pesquisa avança para investigar como essas extremidades, muitas vezes efêmeras, híbridas ou contraditórias, se tornam territórios expressivos onde performam não apenas sujeitos espectadores, mas também agentes algorítmicos, fluxos de dados e dispositivos de poder. É nesse ambiente instável e multifocal que, a partir de 2020, passamos a aprofundar nossa análise, buscando entender como esses pontos-limite reconfiguram o audiovisual contemporâneo e desafiam as categorias tradicionais de análise da comunicação.

Dando sequência aos temas estudados, no ano de 2020, continuamos a tratar esse destaque da Netflix, porém, agora, acrescentando um avanço significativo para a continuação do estudo a ser exposto: nosso objetivo não era mais centralizar suas narrativas a um ponto comum da dinâmica, mas sim, evidenciar como esses pontos extremos são de suma importância para representarem seres bióticos e abióticos performáticos<sup>3</sup>.

A ideia de “seres bióticos e abióticos performáticos” emerge, nesta pesquisa, como tentativa de nomear as múltiplas presenças que coabitam o ecossistema comunicacional digital, um espaço onde sujeitos humanos, algoritmos, interfaces, fluxos e linguagens compartilham a cena e, mais do que isso, atuam sobre ela.

A performance, nesse sentido, não está restrita à ação intencional do espectador ou produtor de conteúdo, mas se amplia para incorporar qualquer entidade, viva ou não, que intervenha na construção de sentido, circulação e experiência audiovisual.

Ao nos referirmos aos seres bióticos, tratamos dos sujeitos orgânicos, usuários, fãs, produtores, espectadores, que interagem com a plataforma e, ao fazê-lo, também a moldam. São corpos em presença conectiva, atravessados por afetos, identidades e dinâmicas sociais, que participam da construção simbólica dos conteúdos.

---

<sup>3</sup> Dissertação para obtenção do título de Mestre em Comunicação, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal de Juiz de Fora – MG. As Extremidades de Thirteen Reasons Why: Suicídio é comunicação? Disponível em <https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/11894>. Acesso em 02 de jul. de 2022.

Por outro lado, os seres abióticos, embora privados da organicidade biológica, não estão ausentes de ação. Trata-se dos sistemas algorítmicos, das inteligências artificiais, dos ambientes digitais automatizados que, mesmo sem vida biológica, influenciam diretamente os processos de escolha, acesso e visibilidade das narrativas. Eles operam uma performatividade maquínica silenciosa, mas determinante, capaz de atravessar as relações comunicacionais, tensionando os limites entre o técnico e o simbólico, o dado e o desejo.

Essas características conceituais, bióticas e abióticas, ao performar juntas no ambiente do streaming, instauram uma cena expandida da comunicação, onde os limites entre humano e não humano se tornam porosos, e as ações se entrelaçam em um circuito retroalimentado.

A Netflix, nesse ponto, funciona como uma espécie de palco digital onde essas performances se manifestam: o espectador escolhe, mas também é escolhido; a narrativa é assistida, mas também adaptada; o dado é extraído, mas também convertido em recomendação.

O performático, aqui, não remete à teatralidade clássica, mas a uma atuação comunicacional contínua, transversal e instável, na qual todo agente (vivo ou não) participa de forma ativa na conformação da experiência audiovisual. Esse conceito se mostra especialmente relevante na contemporaneidade digital, pois nos permite enxergar o streaming como um ambiente de coabitação e disputa, onde seres bióticos e abióticos não apenas coexistem, mas agem mutuamente sobre si.

São corpos e códigos que, em interação, desenham os contornos daquilo que se entende como presença digital, uma presença que, paradoxalmente, se concretiza na ausência física, mas se evidencia no gesto, no clique, no engajamento, na recomendação, na métrica, na personalização. Portanto, ao trazermos essa categoria para o centro da análise, reconhecemos que a experiência audiovisual contemporânea é atravessada por performances híbridas, instáveis e, sobretudo, interdependentes.

Em outras palavras, a dissertação proporcionou, mais uma vez, a contestação da nossa primeira hipótese da iniciação científica. Não mais nos localizando em pontos centrais para esse estudo, mas buscando nas extremidades, nas fronteiras, nas narrativas migratórias, a oportunidade de entender como os fluxos e linguagens emergem a partir de conexões expandidas no ecossistema comunicacional digital.

Com essa breve exposição dos caminhos construídos e percorridos nesta pesquisa, cabe introduzir à tese o questionamento: o que mudou na Netflix? Ou, talvez,



a pergunta deva ser ampliada: o que mudou em nós e na Netflix? O consumo do audiovisual em empresas de streaming não pode ser compreendido como um fenômeno comunicacional isolado, mas sim, um processo multifatorial, em constante desenvolvimento, mutação e atravessamentos. A dinâmica molda o consumo, mas o consumo também é responsável por inserir novos hábitos culturais e também transformações no mercado e lógica capitalista.

Responder essas questões nesta tese exige que consigamos absorver um ponto de partida, mas não uma prerrogativa que determine um desfecho absoluto. O papel do pesquisador e da pesquisa em si dialogam com o objeto de estudo: não estático, fluido e sujeito a incessantes reconfigurações (seja do mercado ou pelo próprio cenário o qual as palavras não darão conta de descrever no espaço/tempo de um doutorado).

As ideias tratadas utilizam a Netflix enquanto um símbolo. Uma convenção percebida pelas mudanças e fluxos. A empresa não porta-se da mesma forma que em 2016, afinal já deviam existir mudanças, capazes de serem compreendidas, que impactam e redefinem a Netflix entre “ontem e hoje”. Afinal, são fluxos que interferem na maneira do consumidor/espectador consumir e interagir com as narrativas ali hospedadas.

Seria contraditório, levando em consideração a própria lógica e dinâmica do *streaming*, buscar através dessa tese um ponto final bem definido. O caráter mutável da tecnologia e cultura digital inserem, nesse estudo e na sociedade, uma movimentação contínua e em constante devir. Portanto, o que se pretende, então, não é encerrar um debate, mas iluminar camadas desse fenômeno em transformação, traçando possíveis conexões e reflexões que se desdobram além desta pesquisa. Afinal, acompanhar o streaming é, em si, acompanhar um fluxo e todo nosso percurso já estudado segue essa mesma premissa.

O espaço para reflexão cognitiva e conectiva nos parece mais propício do que a exatidão por respostas terminadas. Nosso ponto de partida, como dito, para esse percurso, inicia-se após a Convergência Midiática (JENKINS, 2009). Não que essa cultura também tenha pontos finais, mas seguindo seu caráter evolutivo, que a mesma propõe, creiamos que encontramos esse estudo em um momento que ela já caracteriza uma movimentação cotidiana e natural para os meios, mensagens e seus usuários.

Portanto, em algumas passagens, iremos retratar essa cultura como pós-convergência. Não pelo intuito de substituição, mas por darmos sequência ao pensamento e estarmos imersos em realidades cognitivas e tecnológicas em constantes

desenvolvimentos. Sendo uma revolução, como Wolff (2015) também retrata ou uma transmutação que aconteceu e já é característica da atual geração. Uma metáfora para aquele que já nasce tendo em mãos o poder da escolha e do compartilhamento através da web.

Ao pensarmos em adventos tecnológicos presentes na contemporaneidade, nos deparamos com, por exemplo: inteligência artificial; metaverso; NFT; *bitcoin*; nanotecnologia; etc. Pensar nesses termos ainda circulados pela convergência midiática, parece reduzir o impacto e a realidade que eles já possuem no cotidiano dos usuários, economia, cultura etc. Seria como imaginarmos uma tecnologia, fluxos e linguagens, ainda localizados no âmbito das possibilidades e suas qualidades, sendo que, os mesmos, já portam-se como convenções sociais e artifícios cruciais para a sociedade digitalizada.

Se na pesquisa inicial, ainda na iniciação científica, tínhamos a ideia de uma caixa preta, que força reunirmos diferentes linguagens; hoje, com a cultura já pós-convergente, as diferentes linguagens ocupam essas caixas (telas pretas) inerentemente. Não saímos mais da internet. Não há essa separação social baseada em antagonismos da vida digital. Tudo e todos estão digitalizados.

Portanto, convido que façamos uma reflexão para um momento histórico que já tem da convergência uma realidade social. Com habitats digitais altamente povoados e participativos. Com empresas, pessoas, ONGs, política, economia, etc. já inseridas e absorvidas pela web. Com linguagens combinadas, mas com singularizações que emergem da própria web interferindo sobre si.

E isso não aconteceu em um estalar de dedos, e muito menos faz com que os pensamentos e teorias de Jenkins estejam datados ou não aconteçam mais na contemporaneidade. O que vale a confirmação e avanço nessa pesquisa é refletirmos aquilo que o próprio autor evidencia: uma movimentação contínua e retroalimentativa. Somos transformados e transformamos a cultura digital a cada instante.

No Ecossistema Comunicacional Digital, espaço que acreditamos que a pós-convergência se materializa, temos a combinação de agentes bióticos (vivos) e abióticos (não vivos) em simbiose. Isso significa que interferências artificiais e reais se misturam e, aproveitando do termo, afluem para múltiplas possibilidades de fluxos, linguagens, performances e fãs.

Para darmos continuidade, iremos nos apropriar dos conceitos anteriormente mencionados para explorarmos a história da Netflix. Ressaltando os pontos de contágio

que as pesquisas realizadas, sobretudo a partir do histórico de 2016, que possuem correlação, comprovação, ou não, ao que é percebido com os adventos que a provedora direciona.

Por fim, como nosso interesse é um marco histórico comemorativo, os 10 anos da Netflix Brasil, não iremos nos aprofundar nas datas anteriores a 2011. Esse contexto completo, da fundação em diante pode ser encontrado em pesquisas prévias, como o desenvolvimento mencionado anteriormente, sobretudo na produção contida na dissertação. (in BERTOLINI, 2020)<sup>4</sup>.

Ao compreendermos essa década como um espaço de múltiplas inflexões mercadológicas, estéticas, tecnológicas e subjetivas, não podemos negligenciar o papel dos próprios espectadores enquanto agentes ativos nesse ecossistema comunicacional. A Netflix não atuou sozinha. A sua consolidação no Brasil se deu, também, por meio do engajamento de públicos que extrapolaram o gesto do consumo e passaram a operar como mediadores, curadores afetivos, tradutores culturais e produtores de conteúdo em rede.

O atravessamento entre o consumo e a participação, entre a fruição e a análise, emerge uma chave de leitura fundamental para esta pesquisa: a perspectiva do pesquisador que é também fã. Uma figura que habita o entre-lugar da experiência afetiva e da elaboração crítica, e que, ao reconhecer sua implicação no objeto de estudo, não enfraquece sua produção científica, pelo contrário, a amplia. É nesse contexto, explorado a seguir, como um ponto de articulação metodológica e epistêmica capaz de sustentar a escolha, a abordagem e a construção deste trabalho.

## **2.1. *ACAFAN: OLHARES POSSÍVEIS PARA CONSTRUÇÃO DE CONHECIMENTO***

Os estudos inseridos na cultura digital são campos férteis para reflexões pautadas pela colaboração e engajamento. Esse espaço de interseção entre criar, usufruir e circular, dialoga com estudos de temáticas cada vez mais conectados entre a academia e o consumo digital. Novos saberes, abordagens, leituras críticas e caminhos metodológicos para pesquisas emergem a partir dessa movimentação, especialmente,

---

<sup>4</sup> Dissertação, As Extremidades de Thirteen Reasons Why: Suicídio é comunicação? Disponível em: <https://repositorio.ufff.br/jspui/handle/ufff/11894>. Acesso em: 03 de jul. de 2022.

quando os próprios pesquisadores, não apenas observam, mas se inserem ativamente no universo de seus objetos de estudo.

Desde os meus primeiros passos como pesquisador, ainda na iniciação científica, compreendi que minha relação com o objeto não era apenas analítica, mas também afetiva. A Netflix, naquele momento, já me atravessava não somente como fenômeno comunicacional a ser investigado, mas como presença cotidiana em minha formação cultural, estética e emocional. Foi nesse ponto de partida que percebi que a experiência acumulada enquanto espectador não era um obstáculo à pesquisa, mas um combustível legítimo para a construção de conhecimento.

A escolha pelo objeto nasceu, portanto, de uma vivência encarnada de quem consome, debate, sente e compartilha os conteúdos analisados. Essa imersão, longe de comprometer a seriedade do percurso acadêmico, passou a constituir parte fundamental da minha metodologia. O envolvimento direto com o objeto, ao invés de representar uma contaminação, tornou-se estratégia crítica, permitindo um olhar que não apenas descreve, mas interpreta a partir de um lugar situado e implicado. Era preciso reconhecer, com honestidade epistêmica, que pesquisava aquilo que também me constituía em uma via de mão dupla entre o olhar e o reflexo.

Através dessa imersão, encontramos espaços de transformações nas relações de pesquisa. Pesquisador e objeto passam a se relacionar para além do texto, com isso, as possibilidades de compreensão e significado da pesquisa são reconsiderados e reinseridos em um processo de investigação, ainda mais complexo e multifacetado pelo caráter emocional ativamente presente.

Traduzir este estímulo de pesquisa em um termo, resulta na combinação entre os espaços habitados sincronicamente pelo pesquisador. A junção de “acadêmico” (em inglês *academic*) e “fã” (em inglês *fan*) direciona luz ao que iremos tratar enquanto *acafan*<sup>5</sup> - ou *aca-fan*, *aca/fan*. Essa aglutinação de palavras refere-se aos indivíduos que estão inseridos em identidades complementares entre as práticas acadêmicas e as ligações de predileção com determinados objetos, sejam eles empresariais, esportivos, culturais, populares, literários, filmicos, seriados, entre outras formas de conexões a partir de objetos e análises.

---

<sup>5</sup> O conceito de "aca-fan" foi introduzido por Matt Hills em sua obra de 2002, *Fan Cultures*. Hills (2002) distingue os termos "aca-fan" e "fan scholar", atribuindo a cada um deles um significado específico, que se relaciona com o interesse central de cada categoria.

Esses pesquisadores, produtores de conteúdos acadêmicos, representam também um papel crucial de fã. Nessa lógica, ocupar ambos os espaços de forma simultânea, ou seja, ao mesmo tempo, oferece uma perspectiva única sobre o que será estudado e analisado. Afinal, há a combinação entre as normas e o rigor da produção científica, com os sentimentos, subjetividade e conexões, que, através desse interesse, serão aprofundados e levantam questões pertinentes na construção de conhecimento.

A partir desse fenômeno é possível explorarmos um processo de identidade híbrida, resultado da contribuição de distintas áreas das pesquisas acadêmicas, com informações únicas construídas conforme as particularidades dos autores. Com isso, inserir essa pesquisa no contexto *acafan*, confirma a possibilidade permitida de explorarmos distintas formas de investigação nesta tese, que acrescentam o envolvimento afetivo e a perspectiva participativa do pesquisador.

O crescente número de trabalhos relacionados aos fãs na academia, nos instiga a refletir sobre a relevância da discussão desse papel auto etnográfico do pesquisador/fã. Não apenas em espaços formais, mas principalmente nas redes sociais digitais conseguimos perceber que as comunidades de fãs, não resume-se a apenas grupos com interesses comuns de consumo, mas agentes participativos com forte interferência na dinâmica comunicacional conectiva.

Com essa ótica, a figura do *acafan* é materializada como um lugar de fronteira, duplamente habitado. Afinal, é através desse papel constituído por um pesquisador, que também é fã, que encontramos uma maneira de intermediar um espaço tradicional na academia, com produtos/empresas amplamente consumidos sendo estudados enquanto fenômenos comunicacionais. Possibilitando que a experiência do mesmo, acrescente elementos que serão somados no desenvolvimento do pensamento crítico e das interferências multifatoriais que a cultura digital tensiona.

O conceito de *acafan* emerge nos estudos das comunidades de fãs, um campo acadêmico que ganhou força, sobretudo, entre as décadas de 1980 e 2000, liderado por pesquisadores como Henry Jenkin (1992) em sua obra “Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture”, Matt Hills (2002) com a publicação “Fan Cultures”, e outros. A observação desse grupo partiu do rompimento da passividade atribuída aos consumidores. Os fãs são agentes ativos inseridos na cultura, produzem significados e são parte da obra/empresa que consomem.

Nasce, com essa construção do conhecimento, uma identidade atribuída aos fãs, que também migra e atinge a produção científica. Esses agentes ativos, mencionados no

parágrafo anterior, expandem sua participação para a utilização de espaços de pesquisa. Assumindo, ao mesmo tempo, a comunidade fã e científica. A ideia central, portanto, acrescenta ao cenário investigativo da pesquisa, um envolvimento afetivo e pessoal do fã na cumplicidade que é estabelecida com o objeto de estudo.

A paixão desse sujeito, longe de ser uma fraqueza, torna-se um recorte para a pesquisa. O texto desenvolvido ganha lentes que permitem aos leitores, verem o objeto com a mesma riqueza e dimensão que o acadêmico/fã enxerga e analisa, impulsionando novas perspectivas e compreensões para as temáticas, no caso desta tese, as dimensões e dinâmicas de uma empresa de *streaming*.

Por muitas vezes, vale ressaltar, que é necessário um equilíbrio para que a pesquisa não seja comprometida. Ser fã do objeto de estudo não deve prejudicar os resultados, tampouco pôr em risco o percurso escolhido para apreciação. Afinal, cabe dosar os sentimentos de fã, para que não atinjam o fanatismo, ou seja, uma ideia intensa, exagerada, que alcança um padrão de devoção e falta de interpretação a opiniões divergentes.

Nos cabe conseguir distinguir as características que tornam esses espaços, cenários abertos ao diálogo e a capacidade da combinação crítica do objeto com o envolvimento emocional. Em outras palavras, o enriquecimento desta pesquisa localiza-se no âmbito de reconhecer o consumo da empresa, combinado com a reflexão e crítica na construção de todo percurso estudado. Reconhecendo, explorando e inserindo o pesquisador nas dimensões de análise, mas também, na somatória emocional na produção de um conteúdo intelectual de fãs.

Afinal, assim como Jenkins (1992) creiamos que os fãs não são ingênuos, socialmente deslocados e “sem cérebros”, pelo contrário, trata-se de um grupo que reconhece sua participação ativa, inclusive ao ocupar uma posição híbrida em uma pesquisa. Nesse caso, o *acafan* não ignora sua trajetória construída com seu objeto e como esse percurso pode influenciar sua pesquisa, mas, também, utiliza desse sentimento como direcionamentos capazes de captar os fenômenos culturais de uma maneira mais imersiva e atuante.

Ainda conforme o autor, os fãs são produtores ativos na construção de significados. Ele emprega a metáfora do empréstimo, sugerindo que, em determinado momento, a comunidade passa a se apropriar do significado central da narrativa. Com o *acafan* isso não seria diferente. Os pesquisadores apropriam-se dos conteúdos midiáticos, desconstruindo e reconstruindo seus significados constantemente,

absorvendo as linguagens e como as mesmas interferem no processo de fruição, para conseguirem compartilhar, não apenas em redes sociais digitais, mas uma intenção científica que reúne interpretações únicas do objeto analisado.

Esse processo adiciona ao pesquisador o papel de produtor, capaz de assimilar e interpretar algo que é fã. Uma participação que não se limita ao consumo, mas como esse consumo configura seus estudos, afinidades teóricas e o engajamento para além das telas, mais especificamente, para o desenvolvimento dos estudos de fãs, para outros fãs. Permitindo a construção de identidades e pertencimento daquilo que é reapropriado durante a tese.

Conforme Jenkins (1992), ao se dirigir em uma somatória, nesse caso tanto acadêmica, como fã, estamos diante de uma análise mais aprofundada, que não apenas busca responder um questionamento do problema de pesquisa da tese, mas sim desafia as tratativas de um percurso construído em diferentes etapas da empresa estudada e do pesquisador envolvido.

Em “*Invasores do Texto*”, os fãs são compreendidos como intérpretes que confrontam limites entre o consumo e criação a partir de um notório engajamento, também percebido nos *acafans*. Pois, ao invés de buscarem um distanciamento do universo e objeto estudado, optaram por aprofundar sua vivência e criar uma pesquisa conectada e, acrescento aqui, mais viva.

As formas de engajamento através das linguagens são convertidas em instrumentos de análise crítica da Netflix. O fã experimenta seu local enquanto consumidor, mas, ao mesmo tempo, reconhece a necessidade de tratar com seriedade esse contexto para somar à pesquisa, de forma fluida, evitando a rigidez e ampliando as adaptabilidades e conexões, resultando uma pesquisa que evolui colaborativamente. “*Acafandom* poderia ser pensado como um conjunto de parâmetros que circunscrevem descritores, questões, comportamentos e identidades, enquanto, no entanto, evitam certezas e resoluções” (Jenkins, 2011, tradução livre)<sup>6</sup>.

A profunda imersão do *acafan* permite uma compreensão única dos processos acadêmicos, sociais e emocionais. Como já mencionado, nosso entorno multifatorial deve levar em consideração as experiências na produção de conhecimento acadêmico,

---

<sup>6</sup> Texto original: “Acafandom might not be better thought of as a set of parameters that circumscribe descriptors and questions and behaviors and identities while nevertheless avoiding certainties and resolutions.” (Jenkins, 2011).

sobretudo no contexto contemporâneo e nas constantes mutações atribuídas no cenário das mídias e comunicação.

Ao contrário das abordagens tradicionalmente objetivas e distanciadas, as pesquisas acadêmicas de fãs são, em grande maioria, engajadas diretamente com um processo imersivo e participativo. São práticas acrescidas da experiência subjetiva e afetiva no processo de análise. Como Jenkins (2011) coloca, trata-se de uma dupla fidelidade: o *acafan* não é “só” fã, ou “só” acadêmico, mas sim, um compromisso que estabelece vínculos mútuos de aprendizados, explorando aspectos intelectuais e emocionais em completa sintonia.

O *acafan* é uma mudança para os estudos sobre fãs feitos por fãs. Pois existe um deslocamento entre objeto e sujeito, ou seja, antes tais estudos eram focados em uma visão de fora, tratando o pesquisador como impessoal e não participante. Ao considerar o *acafan*, inserimos uma visão proposital e legítima de aproximação com o objeto de estudo. Capaz de representar, traduzir emoções e integrar experiências vividas através de uma linguagem científica. (Natali, 2009, p. 9).

Com uma observação prática, espera-se que encontremos efeitos capazes de transmitir para além do contexto academicista, ou seja, que a empresa analisada consiga ser interpretada a partir de um diálogo próprio construído entre as narrativas, identidades e práticas experimentadas ao longo dos anos que construiu-se algum tipo de laço. Além disso, que o olhar acadêmico prevaleça e que não sejamos subestimados pela academia convencional. Essa pesquisa é estruturada conforme uma compreensão séria sobre dinâmicas comunicacionais contemporâneas e as relações que são conectadas entre a cultura digital e seus fãs.

O surgimento do termo *acafan*, segundo Jenkins (2011), acontece justamente para reverter a patologização, ou seja, uma terminologia que seria capaz de permitir que os sentimentos do pesquisador fossem reconhecidos como uma forma legítima de conhecimento e passível de estudo. Essa consideração implica afirmar que a experimentação do fã é um componente genuíno para a produção acadêmica.

Matt Hills (2002) atribui justamente essa responsabilidade aos fãs: a certificação da autenticidade e capacidade de serem produtores de conhecimento. Deslocando o papel de mero consumidor, para um patamar de atribuição de significado e avanço aos estudos. Para ele, os fãs possuem a habilidade de entender aspectos que são, frequentemente, inacessíveis a outros pesquisadores. Para o autor, os fãs não apenas consomem cultura; eles também produzem conhecimento, reinterpretam significados e



se envolvem ativamente com os textos culturais, de uma maneira que oferece novas possibilidades para a pesquisa acadêmica.

Nessa ótica, a pesquisa realizada por um *acafan* ajuda a expandir e justificar uma identidade que também estará presente em um espaço acadêmico. Afinal, trata-se de um caráter complexo e constituído por polissemias, delineado pela fluidez e interconectividade que atravessam o objeto e quem o estuda.

Essas intersecções moldam uma identidade singular, variando de estudo para estudo. Tão complexas e expansivas quanto o tamanho dos *fandons*, especialmente caracterizados pelos adventos tecnológicos e a ascensão da Netflix, assumida nesta pesquisa. O desafio torna-se conseguir migrar e reforçar que esse tipo de construção não paira sobre questões superficiais, mas sim, um aprofundamento que considera que, a empresa em questão, interfere em uma dinâmica comunicacional digital. Inserindo discussões sobre capitalismo, identidade, tecnologia, entre outros, e acrescentando uma formação para/com o pesquisador conforme a vertente crítica que combina: teoria acadêmica e a experiência do fã.

O conceito desafia justamente a combinação dessas barreiras entre a academia e o fã, inclusive durante todo o percurso de pesquisa já mencionado desde 2016. Entretanto, mais importante do que uma definição, é a compreensão que o termo *acafan*, conforme Jenkins (2011), possui enquanto uma vida cultural própria, e cabe a cada um executá-lo e modelá-lo mediante as adequações e multiplicidades necessárias.

Rompendo a resistência pelo reconhecimento do conceito e legitimando a prática do mesmo como voz daqueles que não eram credibilizados na academia, pela possibilidade de criarmos pontes entre a pesquisa tradicional e engajamentos participativos, refletindo como a atual e futura geração irão se relacionar com as culturas populares e interesses particulares.

Dessa forma, a proposta insere uma leitura crítica, conectada à realidade contemporânea, com um vasto campo para a construção do conhecimento, impulsionado por uma aliança amplificada pela cultura digital. Tal aliança não se limita a uma observação externa do objeto de estudo, mas se firma na imersão consciente do pesquisador em um território que também o constitui um território de convergências, afetos, disputas simbólicas e experiências mediadas.

A escolha metodológica, portanto, não repousa sobre a neutralidade, mas sobre o envolvimento. É justamente a partir dessa implicação assumida e elaborada ao longo

dos anos, que a pesquisa encontra seu ponto de partida e, ao mesmo tempo, sua força analítica.

A presença do pesquisador enquanto sujeito-fã, leitor envolvido e corpo afetado não fragiliza o rigor acadêmico; pelo contrário, amplia a complexidade do olhar, reposicionando-o em uma zona de fronteira entre a experiência e a teoria. Essa fronteira, que aqui nomeamos como extremidade, não opera como limite ou margem, mas como ponto de expansão, de inflexão e de desestabilização dos centros tradicionais de análise.

As extremidades, enquanto zonas em descobrimento da narrativa audiovisual e da prática comunicacional, revelam tensões que muitas vezes escapam aos modelos consolidados de leitura. São nesses contornos instáveis, nos espaços híbridos onde o dado se encontra com o desejo, onde o algoritmo cruza a linguagem, onde o consumo se mistura à performance que a pesquisa se ancora.

Assim, o percurso desta investigação se estrutura sobre o reconhecimento das zonas limítrofes como espaços epistemológicos férteis. Mais do que observar os produtos centrais da Netflix ou suas estratégias mercadológicas consolidadas, propomos olhar para os desvios, os atravessamentos e os afetos que emergem nas brechas do discurso institucional. A escuta ativa das comunidades de fãs, a observação das práticas de compartilhamento e a análise das dinâmicas comunicacionais não hegemônicas são compreendidas aqui como atos de leitura crítica e de produção de conhecimento. O que se propõe é, portanto, um exercício de pesquisa que habita a borda não como lugar de afastamento, mas como ponto de contato entre a experiência vivida e a produção teórica.

### 3. CULTURA DIGITAL E SUAS FRONTEIRAS

A definição do termo “cultura” é uma tarefa complexa para a pesquisa e sociedade de forma geral. Afinal, o conceito, tal qual compreendemos enquanto senso comum, tem suas raízes na antropologia, através da colaboração de autores que constroem distintas perspectivas para essa somatória semântica.

É nesse campo de disputas conceituais que, na década de 1990, Néstor García Canclini propõe a noção de culturas híbridas como forma de compreender os rearranjos culturais característicos da modernidade tardia (Canclini, 1997).

Para o autor, a cultura já não pode mais ser analisada por paradigmas puristas ou essencialistas; ela é atravessada por movimentos de tradução, mestiçagem e reorganização de lógicas diversas, tradicionais, industriais, digitais, em um mesmo espaço simbólico e comunicacional.

Esse hibridismo não é apenas fusão, mas um processo de negociação contínua entre referências locais e globais, entre o erudito e o popular, o analógico e o digital. A relevância dessa leitura se intensifica no cenário contemporâneo marcado pela conectividade generalizada. Ao tratarmos da cultura digital e de seus desdobramentos comunicacionais, torna-se inevitável acionar esse referencial. Afinal, o que se observa nas plataformas como a Netflix é justamente a manifestação de uma cultura híbrida em escala global, onde as produções audiovisuais circulam entre línguas, territórios e temporalidades distintas, ao mesmo tempo em que são reterritorializadas por algoritmos, traduções e experiências locais.

Lúcia Santaella (2003), ao tratar das fronteiras cada vez mais liquefeitas entre as mídias, também sinaliza brevemente para a contribuição de Canclini (1997), reforçando que a cultura, especialmente quando pensada em sua dimensão comunicacional, deve ser lida sob a lógica da multiplicidade e da fluidez como um organismo simbiótico entre estruturas e experiências.

Essa concepção de cultura como processo híbrido e dinâmico, impulsionado por lógicas de negociação simbólica e pela conectividade digital, nos exige, contudo, um olhar retrospectivo. Afinal, para compreender os desdobramentos contemporâneos do conceito, é preciso revisitar suas raízes e tensionar os paradigmas que, em diferentes momentos históricos, buscaram nomear e organizar os elementos da vida coletiva. Ainda que hoje as noções de cultura estejam marcadamente atravessadas por fluxos

mediáticos e interações em rede, sua formulação inicial emerge de tentativas sistematizadas oriundas de campos disciplinares como a antropologia.

No final do século XIX, Edward Burnett Tylor, foi considerado o pioneiro a formular uma ideia abrangente capaz de definir a cultura. Para o autor, a palavra seria capaz de abranger um conjunto de elementos que inclui conhecimento, crenças, manifestações artísticas, princípios morais, normas jurídicas e costumes. Para ele, tais componentes, adquiridos pelos homens, são transmitidos na vida em sociedade. (Mintz, 2009).

Vale perceber que, desde a gênese desse pensamento, Tylor já inclui manifestações visíveis, como a arte e outras materialidades, entretanto, outros aspectos eram relevantes para tal definição, aprofundados e traduzidos pela subjetividade e cognição humana, como os valores e o comportamento social.

Com conexões racionalistas e evolucionistas, suas ideias eram sistemáticas baseadas na razão e observação empírica. Suas análises lógicas, somavam-se aos processos graduais da evolução humana que defendia. Influenciado pela teoria das evoluções das espécies, de Charles Darwin, Tylor (1871) em sua obra *"Primitive Culture: Researches into the development of Mythology, Philosophy, Religion, Language, Art and Custom"* - Cultura Primitiva: pesquisas sobre o desenvolvimento da mitologia, filosofia, religião, arte e costume; define a cultura como uma trajetória linear, desenvolvendo-se por diferentes estágios e avançando por uma lógica que progride de formatos simples e primitivos, para concepções complexas e avançadas.

Para o autor, a cultura é um processo evolucionista, ou seja, segue um único desdobramento histórico e sugere uma hierarquização conforme os níveis de desenvolvimento da mesma. Para ele, haveria povos e culturas primitivas associadas ao atraso e selvageria, por outro lado, culturas mais desenvolvidas conectadas à civilização e aprimoramento social.

Na obra anteriormente mencionada, Tylor propôs que existiam práticas religiosas capazes de exemplificar a diferenciação cultural enquanto um avanço da evolução humana. Para ele, o animismo, era uma das formas primitivas de crenças cultuadas, e conforme a evolução humana, outras práticas ganharam complexidade e foram introduzidas, como o politeísmo e o monoteísmo. Embora significativa, essa abordagem limita-se na crítica de uma visão simplista que não menciona os múltiplos processos históricos que permeiam uma trajetória multifatorial.

A concepção de Tyler reforça que a cultura relaciona-se a uma herança biológica, desafiando a ideia de imutabilidade atribuída a ela. Como maior contribuição, destacamos que, para ele, os aspectos culturais também são elementos capazes de serem aprendidos, transmitidos e compartilhados através da socialização.

Com essa visão, avançamos para um pensamento sobre cultura que visa romper essa linearidade. Afinal, segundo Franz Boas, um dos fundadores da antropologia moderna, a cultura não possui uma definição simplista e não deve ser comparada e sustentada por um único processo histórico. Dessa forma, a cultura não deve mais ocupar um caminho fixo, mas um fenômeno que é plural e com trajetórias distintas.

Criando esse contraponto, Boas direcionou seus estudos para a definição de cultura como características adquiridas pelas pessoas como integrantes de uma totalidade, nesse caso, enquanto membros de uma sociedade. Para o autor, o termo não pode se portar como algo inato, mas sim, um ensinamento que é transmitido através das práticas sociais e que são moldados conforme os fatores que os cercam.

Caminhando para uma perspectiva “antievolucionista” a visão argumentativa da cultura, para o autor, parte do pressuposto que a mesma deve ser analisada dentro de seu próprio contexto, sem comparações e hierarquias. Com esse princípio de relativismo cultural, nenhuma cultura é superior ou melhor, não há primitivos e avançados, mas uma base de compreensão que leva em consideração as particularidades históricas, geográficas, econômicas, sociais, políticas, entre outras.

As novas perspectivas sobre a cultura atingiram o cenário da pesquisa. Boas introduziu um método indutivo e detalhado, que, conforme seus pensamentos, as sociedades deveriam ser compreendidas de maneira individualizada, ressaltando seus aspectos específicos e detalhes cotidianos. Era, mais uma vez, uma oposição à hierarquia de culturas, reforçando a semântica transposta para um sistema integrado e dinâmico, com significados que emergem da sua própria história.

Para Santaella (2003, p.37) a cultura na antropologia, de fato e por direito, é compreendida como uma organização, regulação simbólica e agenciamento de elementos sociais. Uma concepção que considera os conceitos da cultura e civilização como complementares, atribuindo um modo de vida à uma trama complexa de elementos associados a ela.

Em diálogo com Boas, ainda conforme a autora, a concepção antropológica da cultura é representar uma pluralidade e relativismo. Uma mudança de perspectivas fundamentais para inserir o termo enquanto ciência social, afinal, as múltiplas culturas

são valiosas por si só, e, sem impor comparações, enfatizamos a importância do estudo contextualizado e crítico, para leitura de como a cultura se porta enquanto forma holística.

Com essas contribuições, nos instiga a reflexão proposta por Santaella (2003), ao articular os autores mencionados e destacar que a cultura não se restringe apenas às ideias que os seres humanos formulam, mas se estende às ações que eles realizam (Santaella, 2003, p. 39). Dessa forma, a cultura não é resumida enquanto um produto das ações dos seres humanos, pelo contrário, trata-se justamente dos estímulos que produz ou direciona essas ações.

A complexidade do termo é tamanha, que conforme explicitado pela autora, a partir das visões de Kroeber, a cultura deve ser compreendida como *sui-generis*, ou seja, uma expressão em latim que significa "único em seu gênero" ou "sem igual". Por mais que o autor que fornece essa reflexão discorda das relações multidimensionais que possam existir, o mesmo denomina a cultura como superorgânica.

Essa apresentação da cultura enquanto fenômeno constroi uma forma de significado que torna irrepetível suas manifestações. A autonomia da cultura, portanto, absorve as singularidades enquanto valor e transcende a mera somatória das individualidades. Nesse sentido, a cultura deixa de ocupar um lugar de reflexo, e passa a construir estruturas de experimentações sociais, configuradas pelos modos de pensar, sentir e agir de cada indivíduo. Essa unicidade, relativa ao termo em latim, transporta a cultura para uma produção simbólica, tanto nos processos comunicacionais (como arte, linguagem, etc.), mas também nas formas que a sociabilidade, sentimentos e tecnologia demarcam quem somos. Através, justamente dessa visão, que a distinção reafirma que, por mais que existam diálogos entre as culturas, cada uma mantém uma identidade construída a partir de suas participações e influências.

Com o vasto campo das relações entre a comunicação e a antropologia cultural, limito-me a apresentar, em caráter breve, a área cuja corrente de estudos aproxima-se nesta pesquisa. Pela visão da diversidade e dinamismo, a cultura sempre será um sistema complexo de representação. Nessa vertente, estamos diante de questionamentos, cujas respostas e padrões não são bem definidas e possuem variações significativas. Com a apropriação da visão antropológica, nos deparamos com sistemas culturais, ou ainda subculturas, para acessar a um todo cultural constituído por elementos inter relacionados. (Santaella, 2003, p.45).

Mais que uma necessidade de definição restritiva e delimitada do termo, para essa pesquisa nos interessa reconhecer que a cultura é um tema central para a inserção do objeto de estudo, inclusive em outras áreas de conhecimento. A visão de Lúcia Santaella, brevemente colocada nos parágrafos anteriores, reforça a proposta abrangente e contemporânea das transformações culturais, seja através das considerações dos impactos das novas tecnologias, ou ainda, as práticas sociais transpostas ao contexto da cultura e dinâmica digital.

Esse entendimento, mais do que conceitual, torna-se metodológico e epistemológico, ao assumir que a cultura se constitui em movimento, permeada por disputas simbólicas, por transformações nos modos de produção e circulação de sentidos e, sobretudo, por uma plasticidade que a conecta diretamente às materialidades do presente.

Autores como Raymond Williams (2000) e Stuart Hall (2003) também caminham nessa direção ao compreenderem a cultura como campo de significados vividos, onde as relações sociais são continuamente negociadas e reconfiguradas.

Williams (2000) destaca que a cultura é, ao mesmo tempo, o locus da tradição e da mudança, englobando tanto as formas simbólicas quanto às estruturas materiais da vida cotidiana. Já Hall (2003) propõe pensar a cultura como um espaço de representação e identidade, profundamente afetado pelas relações de poder e pelos discursos midiáticos que operam na sua constituição. Nesse sentido, não é possível ignorar a centralidade da cultura estadunidense no escopo desta pesquisa, especialmente pelo fato de que a Netflix, enquanto plataforma hegemônica de distribuição audiovisual, sustenta suas estruturas narrativas, estéticas e mercadológicas fortemente ancoradas nos valores e paradigmas culturais norte-americanos.

Mesmo ao expandir suas produções para outros territórios como Brasil, Coreia do Sul, Alemanha e Índia por exemplo a empresa opera a partir de uma matriz referencial ocidentalizada e centrada no *entertainment industry* norte-americano. Essa influência se manifesta, muitas vezes, na padronização de gêneros, na estrutura dos roteiros e na escolha temática das produções, o que nos obriga a refletir criticamente sobre o alcance e os limites dessa hegemonia cultural travestida de diversidade global.

Assim, ao considerarmos a Netflix como objeto de estudo, não apenas observamos suas práticas de mercado e inovação tecnológica, mas também a forma como ela atua como um dispositivo de circulação e reconfiguração cultural em escala planetária. É nesse cruzamento entre o local e o global, o nacional e o transnacional, que

esta pesquisa se ancora para investigar as dinâmicas comunicacionais, os atravessamentos simbólicos e os processos de subjetivação mediados pelo streaming.

A indústria do entretenimento configura-se como um sistema complexo de produção simbólica e cultural que ultrapassa, em muito, a simples ideia de oferta de lazer ou diversão. Como refletido por Adorno e Horkheimer (1985), essa engrenagem integra-se profundamente à lógica do capitalismo tardio, operando pela transformação da cultura em mercadoria e orientando sua produção por parâmetros de reprodutibilidade técnica e desempenho mercadológico.

Tal leitura permanece atual quando observamos o funcionamento das plataformas de *streaming* como a Netflix, que reproduzem e atualizam os imperativos da *culture industry* sob novas roupagens digitais. A racionalização dos afetos, a padronização narrativa e a serialização de conteúdos operam como dispositivos de captura da atenção e do desejo, reforçando estéticas reconhecíveis e formatos internacionalmente consumíveis (Hesmondhalgh, 2019).

Do mesmo modo, Jenkins (2009) ressalta que a indústria cultural contemporânea não apenas entrega conteúdos, mas engendra formas de engajamento e participação que se alinham aos objetivos corporativos das grandes empresas de mídia. Nesse cenário, a Netflix representa uma das formas mais sofisticadas de mediação entre o consumo global e as dinâmicas locais, articulando algoritmos, dados de comportamento e engenharia narrativa para sustentar seu modelo de negócios.

Ainda que amplie o acesso a produtos audiovisuais de distintas regiões, a plataforma não deixa de operar dentro de uma lógica centralizada nos valores e padrões da *entertainment industry* norte-americana, o que nos exige uma leitura crítica e contextualizada de suas estratégias e impactos culturais. É nesse ponto de inflexão entre a expansão global e a manutenção de uma matriz hegemônica de sentido que se torna necessário recorrer a abordagens que compreendam a cultura para além de fronteiras fixas ou definições estanques.

Nesse sentido, Santaella (2003) compreende a dinâmica cultural como um fenômeno multifacetado, que se manifesta em práticas humanas e não humanas, entrelaçando valores e significados que são continuamente representados e compartilhados. Conforme a autora, a cultura se articula como elemento central na mediação dos signos, operando tanto nos processos comunicativos quanto na própria interpretação da cultura. Essa vertente de leitura permite vislumbrar uma compreensão em movimento, marcada pelos atravessamentos hiperconectados da contemporaneidade.



Via essas mutabilidades, podemos crer que a cultura, sobretudo materializada na sociedade contemporânea, com os adventos tecnológicos, porta-se como uma obra aberta, não mais como um fenômeno fechado. Esse processo de transformação está conectado aos avanços dos espaços digitais e como tais dinâmicas são reconfiguradas, seja pelo consumo, produção, ou mercado digital.

A cultura passa a estar cada vez mais conectada. Novas mídias e o ciberespaço se apropriam e reconfiguram as ideias e práticas culturais. O advento das tecnologias de informação e comunicação (TICs) estabeleceu um novo ambiente cultural, no qual plataformas digitais, como redes sociais digitais e serviços de *streaming*, incluindo a Netflix, passaram a ser locais de consumo, capitalismo e criação de cultura em uma dimensão global.

As produções culturais, como as séries exclusivas da Netflix, exemplificam claramente esse fenômeno, pois têm a capacidade de atingir espectadores ao redor do mundo, com foco em elementos locais enquanto se integram a uma cultura global. Mesmo que, muitas das vezes, as representações ainda caiam em estereótipos e superficialidades, vale mencionar que, nesse caso, a Netflix também torna o consumo cultural, uma prática de mercado lucrativa e homogênea. Prevalendo os olhares das produções estadunidenses, e, talvez, retomando a questão de supremacia versus primitivos que abre a discussão deste capítulo.

O conceito de cultura global, ainda que aparente um cenário de trocas simbólicas amplificadas pelas redes, carece de uma leitura crítica sobre quais culturas se globalizam e quais permanecem periféricas dentro desse processo. Para Featherstone (1995), a cultura global não é uma totalidade homogênea, mas um campo de tensão entre a padronização promovida pelas grandes corporações midiáticas e as ressignificações locais que emergem na recepção.

Nessa perspectiva, o que se vê não é a dissolução das fronteiras culturais, mas a reorganização delas sob o peso das indústrias culturais transnacionais. A Netflix, ao expandir seu alcance e promover produções de diversas regiões, opera nessa ambivalência: ao mesmo tempo que viabiliza a circulação de conteúdos antes restritos, também os molda segundo uma lógica estética e narrativa reconhecível, muitas vezes alinhada à matriz estadunidense.

A cultura global, portanto, torna-se menos uma arena de igualdade entre vozes culturais e mais uma paisagem marcada por disputas simbólicas, onde determinados

discursos ganham visibilidade enquanto outros são marginalizados ou adaptados a um formato consumível globalmente.

Compreender a cultura exige um olhar atento, principalmente com as transformações constantes e instantâneas, percebidas pelo contexto contemporâneo da comunicação digital. A fluidez desses fenômenos é impulsionada pelas novas tecnologias e interconexões entre as pessoas e o espectro global. Tal multiplicidade caracterizada até o presente momento nesta pesquisa, nos permite estabelecer um ponto de partida para a mutabilidade da comunicação, audiovisual e demais multifatores.

Cabe uma reflexão ativa que insere tanto os sujeitos, quanto seus entornos culturais, em ecologias e fronteiras cada vez mais liquefeitas entre o humano e o digital. Nesse sentido, a compreensão sobre mudanças e contextualizações desses habitats, são fundamentais para observarmos as influências imediatas e implicações futuras na dinâmica comunicacional digital, explorada pela Netflix, proposta nos próximos tópicos.

### **3.1. CIBERCULTURA E AS CONFIGURAÇÕES DAS DINÂMICAS SOCIOCULTURAIS**

A constante transformação da cultura e da dinâmica audiovisual, não é combinada por um único fator. Ao me referir a multifatores, estou propondo uma confluência de pautas que tornam essa mutação, um fenômeno complexo e instável. A tecnologia, sobretudo o advento da internet, é determinante para tal contextualização. Afinal, é evidente que vivenciamos uma mudança que atingiu desde os espectadores, mas também os produtores e empresas relacionadas ao audiovisual - entre outros segmentos.

Nessa pesquisa, partimos da premissa de uma grande massa consumidora e com acesso à internet. Embora esse uso ainda não aconteça universalmente, tais mudanças também geraram consequências significativas para diferentes grupos, inclusive os que não estão plenamente inseridos nessa lógica. No entanto, conforme a proposta aqui abordada, as mudanças de consumo, serão compreendidas como um lugar já habitado, ainda que marcado pela desigualdade tecnológica; que segue sendo um fator relevante para as dinâmicas contemporâneas.

A noção de que os meios não apenas transmitem conteúdos, mas moldam os modos de percepção, é central para compreender as transformações contemporâneas.

McLuhan (1974), ao afirmar que “o meio é a mensagem” (1974, p. 7), já apontava para o impacto estruturante das tecnologias comunicacionais sobre o comportamento e a cultura. Isso significa que não é apenas o que se consome que interfere nos sujeitos, mas o modo como se consome. As tecnologias digitais não se apresentam mais como simples instrumentos exteriores ao sujeito, mas como parte constitutiva de sua experiência no mundo. Ao mesmo tempo em que ampliam os sentidos, também os reconfiguram tocando não apenas o modo como percebemos o espaço e o tempo, mas interferindo na forma como nos relacionamos com os outros e compreendemos a nós mesmos.

Em vez de habitar apenas o físico, passamos a existir também no atravessamento de telas, plataformas e algoritmos, que moldam afetos, decisões e vínculos sociais. Se antes a televisão moldava o ambiente doméstico com uma lógica linear e sequencial, o digital promove a simultaneidade e a fragmentação como regra. O consumo cultural, mediado por plataformas digitais como a Netflix, carrega essa transformação em sua estrutura: o sujeito é ao mesmo tempo receptor, curador e, em alguns casos, produtor. A experiência audiovisual passa a ser marcada por hipertextualidade, algoritmos, dados e interfaces, o que altera profundamente o vínculo entre espectador e conteúdo. Nessa dinâmica, o que McLuhan propôs ainda ressoa: os meios moldam os sujeitos tanto quanto são moldados por eles.

Estamos diante de uma relação dialética em que o ambiente digital não é neutro nem externo, ele é constitutivo da experiência contemporânea. Portanto, compreender os fluxos comunicacionais no interior da cibercultura implica também refletir sobre essa mutualidade entre sujeitos e mídias. A experiência digital é constituída por um ecossistema comunicacional em constante transformação, na qual os modos de viver, sentir e se relacionar estão profundamente atravessados pela materialidade técnica dos meios. A cultura não apenas transita nesses suportes, ela é, em grande medida, gerada e reconfigurada por eles. A desigualdade tecnológica, portanto, não é apenas uma questão de acesso, mas também de participação simbólica e de capacidade de interferência nos processos culturais. Em outras palavras, os sujeitos estão imersos em um campo midiático que os afeta continuamente, mas ao qual também respondem, resistem ou reconfiguram, em um jogo permanente de influências e ressignificações.

O cenário digital emerge de uma série de transformações culturais que, desde o advento das redes e da internet comercial, vêm redefinindo as formas de sociabilidade, linguagem e presença. Esses processos, longe de estarem concluídos, seguem em

constante atualização, sustentando a dinâmica conectiva que marca a contemporaneidade. Ainda que muitas dessas mudanças tenham sido impulsionadas por inovações tecnológicas, é a dimensão cultural seus fluxos, disputas e ressignificações que garante sua permanência e complexidade. Seja a globalização, a convergência midiática ou popularização das redes sociais digitais, estamos diante de características que interferem na lógica espaço-tempo entre sujeito e web.

A forma como produzimos, criamos, acessamos, circulamos e compartilhamos conteúdos audiovisuais está cada vez mais alinhada com um espaço interconectado, e um valor temporal instantâneo. Não estamos nos referindo apenas a redução dos espaços geográficos, ou da aceleração cronológica, mas sim, o resultado de uma nova configuração cultural e de relacionamento.

A digitalização desse processo atribui a cultura um papel ainda mais ativo. Combinando a dinâmica comunicacional digital com os espaços hiperconectados, ganhamos evidências que as alteridades emergentes das práticas sociais, culturais e tecnológicas, abrem caminhos para fronteiras híbridas tecidas entre empresas, consumidores e mídias.

Em 1992, Santaella denominou *Cultura das Mídias* uma tendência que evoluiu com o tempo de complementaridade entre as redes, fenômenos emergentes e a própria diferenciação de sociabilidades culturais e comunicacionais, ainda alinhadas aos princípios das massas. Um ponto evidente, que merece destaque, é que a cultura das mídias passou a abrir espaços para debates sobre a presença tecnológica e o consumo do público. Antes, ainda associado à passividade das massas, passava a preencher um lugar com perspectivas que permitiram que a mídia fosse introduzida como parte da experiência social.

Essa abrangência e alcance, também mencionadas por Santaella (2003, p. 54) são consensuais e empregam ao termo “mídia” uma definição ainda mais ampliada - por estarmos cada vez mais cientes que tudo, de certa maneira, é comunicação. Conforme a autora, estamos distantes de conseguirmos uma definição concreta sobre como traduzir a cultura midiática e a produção cultural. A palavra mídia foi fixada em consonância com o crescimento acelerado dos meios de comunicação, e em diálogo com Canclini (1997), afirma: “todas as culturas são fronteiriças, fluídas e descentralizadas.”. (Santaella, 2003, p. 65).

Algo que me parece pertinente questionar, a partir das reflexões até aqui levantadas é: Como seria a cultura digital sem o mercado ali instalado? Referindo,

acima de tudo, ao capitalismo e consumo que tiveram uma ascensão com a internet e tecnologias digitais. Seria ingênuo acreditar que todos os avanços midiáticos seguiram a mesma velocidade, tal qual vivenciamos atualmente. Mas, em questões de precedentes, a era digital revoluciona a forma de monetização e, portanto, as imagens, vídeos, sons, engajamento, textos, entre outros artifícios, tornam-se formas lucrativas para ocuparem esse habitat hiperconectado.

A comunicação digital foi, e ainda é, capaz de alterar os meios como instrumentos de expressão. Entretanto, esse caráter transitório da cultura das mídias para a cibercultura, revela que a percepção dos sujeitos e as relações sociais, também são redefinidas. Talvez pela ideia de que o avanço da tecnologia não acontece apenas nos aparelhos tecnológicos, mas na mentalidade, no cotidiano e cognição de quem a usa. Dessa forma, lembrando o que a convergência midiática defende, em especial, a cibercultura localizando-se pela junção de várias formas de mídia. "A transição da cultura das mídias para a cibercultura não é uma simples continuidade, mas sim a constituição de uma nova forma de comunicação" (SANTAELLA, 2008, p. 3).

O ciberespaço abriu portas para entendermos que “a revolução da informação não é simplesmente uma questão de progresso tecnológico. Ela também é significativa para a nova matriz de forças políticas e culturais que ela suporta.” (Santaella, 2003, p.73). Com o audiovisual, em suas diversas formas - como filmes, séries, documentários, videoarte, entre outros - tal afirmação é materializada enquanto meios de sociabilidade e relevância para o consumo contemporâneo.

As plataformas de *streaming* contaminaram e foram contaminadas pela experiência conectiva. A Netflix passou a ser um símbolo capaz de definir o cenário de tal revolução. Afinal, a empresa, constituída enquanto um mercado híbrido entre serviço e produto digital, oferece uma alternativa emergente ao modelo tradicional de consumo midiático, instaurado à décadas e, que conforme analisado, parecia sólido e impenetrável.

Justamente por novos moldes e práticas culturais dos usuários e do mercado, que encontramos um ambiente construído por inúmeros significados e identidades, que aproxima a artificialidade cibernética (através do controle, processamento de dados e sistemas inteligentes) com a noção de espaço (uma extensão do ambiente propício para interações, emoções e compartilhamento).

A partir da hibridação entre o digital e o analógico, com a redução dessas fronteiras e os fluxos de informação cada vez mais dinâmicos, vivemos em um período

com a sincronização das linguagens e tecnologias. O paradigma cultural explora a cibercultura como uma reconfiguração densa e multilinear. Afinal, esses atravessamentos culturais e tecnológicos, não seguem um percurso fixo, mas sim, através de passagens sobrepostas entre as emergências digitais e o consumo instaurado.

Hoje, “ciberespaço” tornou-se no imaginário, a referência dos espaços tecnológicos. Mesmo que, em certo tom semântico possa parecer datado, é com a ideia central dessa cultura que conseguimos nos transportar para outros adventos tecnológicos, materializados na contemporaneidade, tais como a realidade virtual (RV), inteligência artificial (IA), o próprio *streaming*, entre outros.

Uma das principais características dessa transição está no contexto da cultura do ciberespaço, ou cibercultura, ser essencialmente heterogênea e descentralizada. A primeira, pois as comunidades virtuais, inteligência coletiva e cultura participativa são resultados da somatória de experiências e usuários diversos. Enquanto a segunda, localizada na ideia de que a cibercultura não termina quando desligamos algum aparelho. A internet permanece pulsando, viva, sendo alimento e alimentada ao mesmo tempo através da linguagem.

A cibercultura manifesta-se através da interatividade e personalização das experiências, via inúmeros artifícios: compartilhamento, comentários, publicações, sugestões de conteúdos e tantos outros. "Na cultura das mídias, a comunicação é basicamente unidirecional, enquanto na cibercultura, o sujeito se torna co-criador, interagindo e compartilhando ativamente conteúdo" (Santaella, 2008, p. 6). O usuário é enfatizado pelo papel síncrono em produzir e consumir, tanto pelas suas competências, como também por estar inserido nessa ressignificação de linguagens.

Se Santaella (2003, p. 127) afirma que “é através da linguagem que o ser humano se constitui como sujeito e adquire significância cultural”, é possível compreender, da mesma forma, na cultura digital, a linguagem é a via condutora que interliga as interações e identidades inseridas nesse espaço conectivo sociocultural. Ela não é apenas uma ferramenta de comunicação, mas um pilar que sustenta a dinâmica comunicacional digital e seus envolvidos.

Vivemos imersos em uma lógica que nos escapa pelos dedos. Uma cultura que não se apresenta mais como uma coleção de símbolos fixos, valores estáveis ou tradições delimitadas, mas como um campo fluido, atravessado por conexões, rupturas e interferências. Quando falamos em cibercultura, não estamos apenas descrevendo um contexto digital, mas sim um tecido vivo de interações e disputas, onde o fluxo

comunicacional se torna um dos principais vetores da própria constituição cultural. Castells (2009) aponta que a identidade, o poder e a informação não apenas circulam, mas organizam e moldam a experiência contemporânea.

Os sujeitos se deslocam nesse emaranhado de dados, afetos e imagens que compõem uma cultura relacional, performativa e, sobretudo, instável. Mas não podemos romantizar essa instabilidade. Os fluxos que estruturam esse ecossistema digital não são inocentes, eles carregam filtros, algoritmos e silenciamentos. As lógicas que organizam as redes e plataformas decidem, a todo instante, o que merece visibilidade, o que deve ser esquecido, e quais narrativas serão convertidas em mercadoria. É por isso que Martín-Barbero (2004) propõe uma mudança de foco: em vez de pensarmos apenas em transmissão, é preciso olhar para as mediações para as articulações entre sujeitos, saberes e sistemas.

A cultura que emerge dessa movimentação não é neutra: ela negocia pertencimentos, invisibiliza vozes e tensiona fronteiras. Ainda que os circuitos digitais nos ofereçam a sensação de liberdade e participação, muitas vezes nos deparamos com uma arquitetura comunicacional que reforça desigualdades e limita o próprio campo do possível. Ao inserir esses fluxos como parte da lógica da cibercultura, percebemos o nascimento de uma nova forma de experimentar o mundo. Como Santaella (2008) já provocava, trata-se de uma reorganização que desloca o sujeito da posição de receptor para a de co-autor, um sujeito que atua na criação dos sentidos, que reconfigura tempo, espaço e memória a partir de práticas fragmentadas e simultâneas. A cultura, nesse cenário, não é apenas algo que se consome ou se herda: ela pulsa, se reinventa e se escoa, sendo afetada diretamente pela instabilidade dessas redes. É nesse entrelaçamento que se constitui um novo modo de estar no mundo múltiplo, atravessado e, muitas vezes, exausto diante da velocidade e densidade que essas dinâmicas impõem.

Nessa cultura conectada, a linguagem é híbrida, se adapta, amplifica e ganha outras dimensões. São formatos disformes, mas, ao mesmo tempo, com singularidades pelo simples fato de atuarem enquanto correspondentes na movimentação das plataformas digitais, entre produto e consumidor. Esse contínuo processo de troca, acrescenta à linguagem comunicacional com o advento da internet, um código vivo que estrutura a cultura digital. Sendo parte de algo que constitui o sujeito usufruidor, mas ao mesmo tempo, redefine constantemente os espaços, possibilidades, socializações e expressões culturais.

Algumas experiências relacionadas aos termos de realidade virtual, aumentada ou ainda, tempo real, ilustram as novas interferências e presença da tecnologia cada vez mais enraizada na autenticidade, ou ao menos, a simulação dela. (Santaella, 2003, p. 128). A representação semântica e signa alteram a “originalidade”, criando novos planos e experiências. Escrevo entre aspas, justamente para expressar que, através da internet, o conceito de original pode ser questionado, ao ponto que, ampliamos as possibilidades e multiplicidades de realidades que coexistem no cotidiano das práticas socioculturais - real mais digitalizado / digital mais realístico.

Com isso, pelas múltiplas formas de habitar esse cotidiano, encontramos um sujeito que apresenta uma mudança constante, uma identidade instável e uma compreensão da cultura em processo, nunca totalmente concluída. Afinal, como já visto, o sentido de espaço-tempo para a era digital, cria novos significados para a inclusão e participação social, em rede e em formações subjetivas.

Diante das transformações nos modos de se comunicar, consumir e se relacionar socialmente, torna-se relevante compreender a cultura não como um conjunto estático de símbolos ou práticas, mas como um processo em constante reelaboração. Essa perspectiva nos ajuda a pensar a cultura como algo que se movimenta, se desdobra e se reinventa a partir das inflexões cotidianas, atravessadas pelas tecnologias, afetos e circuitos simbólicos. Jenkins, Ford e Green (2013) apontam que, com a consolidação das redes digitais, os limites entre quem produz e quem consome conteúdo tornam-se cada vez mais tênues. O público, nesse contexto, passa a atuar também como agente criativo, reposicionando seu papel nas trocas comunicacionais. A cultura, assim, não apenas circula nesses ambientes, mas é moldada por eles, afetando diretamente nossas formas de estar no mundo.

Partimos, portanto, da premissa de que a cultura digital já não pode ser pensada à parte das plataformas que a estruturam e dos dispositivos que a mobilizam. Conforme Recuero (2020), as redes digitais não apenas interligam sujeitos, mas reconfiguram os vínculos sociais e a própria tessitura das interações. Nesse sentido, a presença de plataformas como a Netflix não é meramente funcional ou instrumental; ela atua como mediadora de significados, valores e práticas culturais, ocupando um lugar central na disputa por atenção, afetos e narrativas. Essa mediação, ao mesmo tempo em que democratiza o acesso, também carrega consigo novas formas de controle, regulação e homogeneização, exigindo leituras críticas e interdisciplinares.



O conceito de cultura, assim, passa a ser compreendido não apenas como um repositório de expressões simbólicas, mas como um ecossistema de práticas, redes e linguagens. Santaella (2008) já apontava para essa mutabilidade da cultura, que se transforma ao mesmo tempo em que incorpora elementos anteriores. Tal perspectiva se enriquece com autores como Pariser (2021), que denuncia o enclausuramento das experiências culturais em bolhas algorítmicas, e Striplas (2015), ao discutir a cultura algorítmica como um novo regime de visibilidade e invisibilidade. A cultura torna-se, assim, o lugar por excelência de disputas políticas e simbólicas, onde as subjetividades se constroem em meio a dados, cliques e recomendações automatizadas.

Por isso, ao tratar da cultura na contemporaneidade, é fundamental considerá-la a partir de seus atravessamentos comunicacionais. Como observa Barbero (2004), é nos processos de mediação – e não apenas na transmissão – que a cultura se faz e se negocia. A apropriação dos meios e dispositivos pelos sujeitos não se dá de forma passiva, mas em constantes trocas, ressignificações e tensionamentos. A Netflix, por exemplo, opera nesse campo ambíguo: ao mesmo tempo em que promove produções globais e locais, também insere essas obras em uma lógica de indexação, categorização e consumo pautada por métricas de engajamento e retorno financeiro.

Quando Marshall McLuhan (1974) afirmou que os meios funcionam como extensões do ser humano, ele antecipava não apenas uma reflexão sobre a técnica, mas também sobre os modos como nos percebemos e o mundo ao redor. Na atualidade, essa proposição encontra reverberações mais complexas: a hiperconexão não apenas intensifica a presença dos meios, como redefine a forma como o sujeito experiencia o tempo, o espaço e suas relações. Interagir com dispositivos e plataformas digitais já não se trata apenas de acessar conteúdos, mas de participar ativamente da construção de sentidos. Essa transformação é observada também nas dinâmicas narrativas, como analisa Carlos Scolari (2020), ao propor a ideia de uma ecologia transmidiática, um sistema em que o usuário transita entre linguagens, mídias e plataformas, reconstruindo narrativas em movimento. Assim, o sujeito contemporâneo não apenas consome histórias, mas passa a fragmentá-las, reorganizá-las e ressignificá-las, compondo novas formas de habitar o simbólico.

Dessa forma, entender os fluxos comunicacionais como forças estruturantes da cultura digital nos permite enxergar a centralidade do digital na produção simbólica contemporânea. Trata-se de reconhecer que esses fluxos não são neutros, mas carregam disputas, hegemônicas e silenciamentos. Inserir esse olhar crítico na análise da Netflix e

suas práticas comunicacionais é, portanto, parte essencial desta pesquisa. Pois se a cultura se faz no fluxo, é também nesse fluxo que ela pode ser tensionada, transformada e reapropriada por sujeitos que não apenas consomem, mas também constroem os sentidos do seu tempo.

Portanto, precisamos reconhecer as “formas socioculturais” (Santaella, 2008) como um ciclo contínuo de transformações. Ao avançarmos para outros estágios e acessos na comunicação como a transição da cultura oral para a escrita, da imprensa para a radiodifusão, e desta para os meios digitais e interativos, não estamos substituindo as características anteriores, mas acumulando e coexistindo com elas. Um processo transitório, contínuo e cumulativo, capaz de evidenciar um cenário complexo das relações sociais, culturais e comunicacionais. A crescente pluralidade de meios, acumula formas e fruições que tornam os sujeitos também composições complexas. São transformações expandidas, não como simples substituições, mas como a dinâmica digitalmente ecológica e interligada dessa pesquisa.

Com isso, nas múltiplas formas de habitar o cotidiano digital, encontramos sujeitos que vivenciam mudanças constantes, com identidades que oscilam e se reconstróem em contextos diversos. A cultura, nesse cenário, aparece mais como um processo em trânsito do que como algo estático. A vivência digital desafia as noções tradicionais de espaço-tempo, deslocando referências clássicas de pertencimento e participação. A inclusão, nesses termos, não pode ser vista apenas como acesso técnico, mas como um campo de disputas simbólicas, afetivas e subjetivas, onde o estar em rede implica também em transformar-se por ela.

Como argumenta Santaella (2008), é necessário compreender as formas socioculturais contemporâneas como instâncias em fluxo, cujos processos não eliminam o que veio antes, mas o incorporam, ressignificam e coexistem. A entrada em novos estágios de mediação comunicacional como a lógica algorítmica das plataformas, os engajamentos em rede e a fluidez entre produção e recepção não apaga o rádio, o jornal ou a televisão. Esses meios continuam atuantes, mas reconfigurados por lógicas de convergência e imersão. Essa convivência expande o campo cultural para um espaço híbrido, onde o passado e o presente dialogam e tensionam sentidos. Essas transformações indicam que o digital não opera apenas como ferramenta, mas como ambiente de reorganização cultural, simbólica e sensorial.

O que se expressa nas plataformas não é apenas conteúdo, mas também forma de se estar no mundo. Como propõe André Lemos (2021), ao falarmos de cultura

digital, falamos também de modos de viver, de ocupar o tempo e de reconfigurar vínculos. Os fluxos que atravessam esses espaços são estruturantes, pois afetam diretamente os modos de subjetivação, de visibilidade e de reconhecimento social. A performance, nesse contexto, ultrapassa o espetáculo; ela torna-se mecanismo de pertencimento e existência em rede. É nesse sentido que se impõe uma abordagem da cultura que não seja essencialista, mas processual.

A ideia de um “sujeito digital” não parte da substituição do sujeito moderno, mas de sua ampliação e fragmentação. A Netflix, neste caso, opera como uma instância cultural que organiza temporalidades, estilos de vida e até regimes de sensibilidade. Ela não apenas distribui filmes e séries, mas estrutura hábitos, define pautas e influencia os modos como os sujeitos acessam e produzem sentido.

Diante disso, pensar cultura hoje exige deslocar a centralidade da mensagem para os circuitos que a sustentam. As práticas culturais não são isoladas, tampouco neutras: são atravessadas por algoritmos, por lógicas de mercado e por sistemas de visibilidade. Esse ambiente coloca o sujeito em uma posição ativa, mas também vulnerável às lógicas de capital informacional. Encerrar este tópico, portanto, é reconhecer que a cultura digital não pode ser compreendida a partir de dicotomias rígidas entre o analógico e o digital, o novo e o velho, o real e o virtual. O que temos é um ecossistema simbólico em constante recomposição. Ao inserir esta tese neste campo, nosso objetivo é analisar como a Netflix habita esse emaranhado de fluxos, e como suas formas de consumo cultural são, na verdade, modos de construir-se no mundo entre dinâmicas, inflexões e hibridismos.

### **3.2. SATURAÇÕES E HIBRIDISMOS COMUNICACIONAIS**

As formas de comunicação no ambiente digital vêm passando por constantes transformações, impulsionadas pela inserção de novas tecnologias e pelas atualizações frequentes nos meios digitais. A internet, longe de ser um elemento estático, torna-se um território em permanente movimento, moldado por novas ferramentas, aplicativos e modos de uso. É nesse contexto que surgem novas maneiras de se relacionar com outras pessoas, com as máquinas, com empresas, informações e produtos culturais, evidenciando uma reorganização contínua das práticas comunicacionais no cotidiano conectado.

Nesse cenário acelerado que inserimos essas transformações, as dinâmicas do audiovisual nos questiona sobre os inícios, meios e fins, desses fenômenos. Se no tópico anterior, apresentamos os pensamentos a respeito do ciberespaço, aqui reforçamos a perspectiva de complexificação e do imbricamento de diferentes paradigmas sociais.

Seria possível ainda pensarmos em um espaço estritamente cibernético? Ou, essa cibercultura engoliu todas as outras e, hoje, transforma e revoluciona os ambientes conectados? Fato é que as respostas são tão diluídas como os conceitos que amparam as perguntas anteriores.

Os entrelaçamentos sociais, culturais, econômicos e cognitivos no contexto da cultura digital não ocorrem de forma aleatória, mas a partir de processos articulados por tecnologias e interfaces que moldam o cotidiano dos sujeitos. Na sociedade em rede descrita por Manuel Castells (2003), esses entrelaçamentos são mediados por fluxos informacionais contínuos, nos quais o espaço de fluxos substitui o espaço de lugares, dissolvendo barreiras geográficas e temporais. A vida social, nesse cenário, é reorganizada em torno da lógica das redes digitais, o que impacta diretamente nas relações de trabalho, de consumo e de produção de subjetividades.

Do ponto de vista da cultura, as redes digitais operam como vetores de hibridização cultural e remixagem simbólica. Carlos Scolari (2013) aponta que vivemos uma ecologia das mídias marcada pela transmediação, onde os sujeitos não apenas consomem conteúdos, mas os reconstroem, remixam e redistribuem em múltiplas plataformas. Isso amplia a complexidade das relações comunicacionais, pois transforma os consumidores em produtores de sentido – o que ele denomina como *prosumers*. Esses processos reorganizam as práticas culturais, desafiando a lógica unilateral da comunicação de massa tradicional.

No campo econômico, Nick Srnicek (2018) analisa o surgimento do capitalismo de plataforma como um novo regime de acumulação baseado na extração de dados e na vigilância. As plataformas digitais como Google, Facebook ou Netflix não apenas organizam fluxos informacionais, mas também condicionam os modos de consumo e interação social. Nesse modelo, os dados dos usuários tornam-se a principal mercadoria, e os algoritmos que os processam tornam-se mediadores das experiências comunicacionais. A interface, aqui, funciona como ponte entre o sujeito e as lógicas econômicas que operam de modo invisível.

Do ponto de vista cognitivo, Lúcia Santaella (2010) propõe o conceito de ecologia cognitiva para abordar como as tecnologias digitais remodelam nossa

percepção, nossa relação com o tempo e com o outro. O digital deixa de ser apenas um suporte para a comunicação e passa a integrar o próprio funcionamento da mente humana. As interfaces digitais, nesse contexto, tornam-se extensões dos nossos processos mentais, reorganizando a atenção, a memória e a construção de sentido. André Lemos (2013) reforça essa ideia ao destacar o papel das mídias locativas e dos dados ubíquos na constituição de territórios informacionais, nos quais o espaço físico e o cibernético se fundem em um único plano de experiência.

Esses entrelaçamentos se materializam nas interfaces digitais, que aqui não são vistas como simples ferramentas, mas como espaços simbólicos de trânsito e negociação entre o sujeito e os sistemas que o cercam. Mais do que pontos de acesso, essas interfaces operam como zonas de inflexões onde linguagem, sentimentos e tecnologia se sobrepõem. É nelas que se atualizam os atravessamentos sociais, como a difusão massiva de discursos; os culturais, como a ressignificação estética operada em elementos cotidianos; os econômicos, evidentes na mercantilização do engajamento; e os cognitivos, perceptíveis nos modos como a atenção é capturada, conduzida e reorganizada. Nesse contexto, a cibercultura não emerge como uma ruptura total, mas como um plano de continuidade e tensão, onde as fronteiras entre humano e técnico, entre memória e atualização constante, entre o vivido e o performado, tornam-se cada vez mais instáveis.

Os entrelaçamentos sociais, culturais, econômicos e cognitivos mencionados anteriormente não podem ser tratados como elementos soltos ou abstratos. Eles se consolidam como forças estruturantes da experiência comunicacional contemporânea, especialmente em um cenário onde as mídias digitais não apenas mediam a vida cotidiana, mas a constituem. A ideia de que a tecnologia opera como extensão do humano, conforme McLuhan (1964), deve ser revisitada à luz dos atuais contextos sociotécnicos: as redes digitais não apenas prolongam capacidades humanas, mas moldam os modos de ver, sentir, interagir e compreender o mundo, afetando, em última instância, a linguagem e os regimes de produção de sentido. Em outras palavras, os meios passaram a condicionar as formas de ser e estar no mundo, operando como ambientes simbólicos em que o sujeito é simultaneamente produtor, receptor e mercadoria.

A noção de espaço delimitado por concretude e certezas absolutas, não é mais sustentada. A tecnologia permeia aspectos que dissolvem as fronteiras e instauram novos paradigmas sobre a digitalização das dimensões sociais. O digital não é mais um

universo paralelo, mas uma experiência intrinsecamente traduzida pelo sentido do consumo formado durante a contemporaneidade.

Portanto, seria questionável o pensamento sobre a resistência do ciberespaço. Estamos incessantemente cada vez mais conectados, isso, portanto, desconstrói a ambiência de um mundo digital esperando para ser consumido e, apaga as fronteiras entre. Estamos cada vez mais conectados – não apenas em termos técnicos ou informacionais, mas de maneira existencial, cotidiana e sensível. Essa conectividade crescente não configura apenas uma expansão de acessos ou funcionalidades: ela altera profundamente nossa forma de estar no mundo. Como bem observa Santaella (2010, p. 69), essa hiperconexão esvazia a ideia de que existe um “mundo digital” apartado, pronto para ser acessado. O que se observa, ao contrário, é o apagamento das fronteiras entre o “aqui” e o “lá”, entre o físico e o digital, entre os usuários e os dispositivos. Aquilo que antes era compreendido como ciberespaço uma instância separada da realidade deixa de existir como tal. Estamos, simultaneamente, em múltiplas camadas de presença e interação, fundindo corporalidade e virtualidade.

Esse fenômeno traz implicações profundas para o campo comunicacional. A experiência do mundo passa a ser mediada não apenas por dispositivos, mas por redes simbólicas e fluxos de dados que reconfiguram tempo, espaço e subjetividade. Como afirma André Lemos (2021), com a ubiquidade das tecnologias móveis, a comunicação torna-se ambiente, um campo de coexistência onde o digital se dissolve no tecido da vida cotidiana. Nesse contexto, já não se trata de acessar o digital, mas de habitá-lo como parte constituinte da própria existência. A noção de presença se expande, e, com ela, diluem-se também as fronteiras entre o público e o privado, o íntimo e o performático.

Ao desmanchar essas fronteiras, as práticas comunicacionais se tornam intersticiais e não linearmente organizadas. Isso tem efeitos sobre nossa economia psíquica e cultural: vivemos em permanente oscilação entre diferentes registros, sem cessar de nos relacionar com múltiplas interfaces. Essa condição de ubiquidade comunicacional, como propõe Eugênio Trivinho (2017), gera uma sobreposição de camadas cognitivas que operam de forma contínua, acelerando o tempo social e esgarçando o espaço experiencial. Não se trata apenas de sobrecarga informacional, mas de um modo de ser que exige adaptação constante a lógicas algorítmicas, interfaces interativas e linguagens híbridas.

Com esse regime de comunicação, surgem também disputas invisíveis, como destaca Lovink (2020) sobre quais conteúdos circulam, quem os legitima, e com que propósitos. A presença constante em redes, constantemente, implica também uma vigilância onipresente: seja a vigilância algorítmica, que molda o que vemos, ou a vigilância simbólica, que orienta como nos mostramos. A consequência é uma subjetividade cada vez mais performática, moldada por interações mediados por *likes*, métricas e visibilidade. Como afirma Han (2021), vivemos numa “sociedade da transparência”, onde o excesso de exposição esvazia o mistério e transforma o sujeito em produto.

Essas transformações não indicam uma ruptura total com formas anteriores de comunicação, mas um acúmulo. A cultura digital não substitui integralmente a cultura analógica; ela a reinscreve. Estamos diante de uma ecologia comunicacional híbrida, como bem define Scolari (2015), na qual convivem resquícios de lógicas anteriores e inovações radicais. Isso exige do pesquisador em comunicação uma escuta sensível às continuidades e descontinuidades, aos fluxos e ruídos, às brechas e aos excessos que marcam essa nova ambiência.

À medida que a cultura digital não atua como um campo autônomo, mas como um ecossistema em uma dinâmica comunicacional que opera pela imbricação constante de diferentes temporalidades, materialidades e sensibilidades. Nesse cenário, a dinâmica comunicacional deve buscar compreender não apenas os discursos explícitos, mas também os atravessamentos invisíveis que operam nas interfaces entre o sujeito e a máquina, entre o desejo e o dado, entre o toque e o código.

Por outro lado, é de se esperar uma obsolescência programada do consumo tecnológico, que já prevê seu funcionamento, uso e desgaste. Uma experiência digital que deixa de existir pelo rolar do *feed* das redes sociais, uma a movimentação e temporalidade capazes de acrescentar novas perspectivas para os fenômenos comunicacionais.

Ainda que o termo “ciberespaço” tenha sido amplamente difundido nas primeiras décadas da internet, muitos autores já o consideram insuficiente para dar conta da complexidade atual das práticas digitais. Pierre Lévy (1999), ao propor o conceito, já sinalizava uma virtualização do real, mas o avanço das tecnologias e sua integração às rotinas cotidianas mostram que não se trata mais de um “espaço outro”, mas de uma ambiência que nos atravessa. Santaella (2010) também pontua que os limites entre real e virtual foram se dissolvendo a ponto de tornar o ciberespaço um

prolongamento da experiência vivida. Trivinho (2017), por sua vez, argumenta que não se trata de explorar um “novo território”, mas de compreender uma ecologia comunicacional em que as interfaces, os dados, os algoritmos e as conexões moldam nossas relações, decisões e afetos. Assim, mesmo que as nomenclaturas se transformem, o que se observa é a consolidação de um cenário em que a tecnologia não é mais acessória, ela é estrutural.

Disso se pode concluir que a ideia grosseira de ciberespaço de fato pode ser traduzida enquanto antiquada por muitos autores, entretanto a ideia de interatividade, interfaces, conexões, hipermedialidade, entre outros pontos, reforçam a onipresença da tecnologia no cotidiano e, nos levam a crer que, mesmo que existam diferentes nomenclaturas, o ciberespaço deixa de ser um território a mais a se explorar, e passa a integralizar a sociedade, objetos, relacionamentos, entre outros.

No cotidiano atravessado por conexões digitais, vivemos uma sobreposição de tempos e espaços que já não separam mais o físico do virtual com a mesma nitidez de antes. Pessoas de contextos muito diferentes, com histórias, crenças e acessos distintos, acabam se cruzando num mesmo espaço simbólico que é mediado por dinâmicas, telas, plataformas e algoritmos. Não se trata mais de um “lugar” fora da vida real, como o ciberespaço foi concebido em suas formulações iniciais, mas sim de uma extensão cotidiana das relações humanas. Como destaca Santaella (2010), as fronteiras entre o aqui e o lá se apagam quando as interfaces digitais passam a integrar o modo como nos informamos, nos relacionamos e performamos socialmente.

Nessa contextualização de somatória entre espaços, tempos e pessoas, presenciamos a emergência de vozes, pontos de vistas e consumidores que possuem diferenças, mas habitam um cenário digital comum. Se seguimos com a ideia de constantes transformações e revoluções é inevitável não buscarmos uma descrição para a multiplicidade e interconexões, entre as redes, públicos, empresas e tecnologia.

Ao falar em um “espaço comum”, estou me referindo justamente a essa ambiência que reúne sujeitos diversos em uma lógica de circulação acelerada, muitas vezes fragmentada, onde as interações não seguem linearidade, mas atravessam afetos, algoritmos, disputas e silenciamentos. Jenkins (2009) aponta que essa cultura da convergência cria uma dinâmica em que o público deixa de ser apenas espectador e passa a ser agente das narrativas. Mas essa participação não é igualitária: como ressalta Canclini (2015), a desigualdade estrutural atravessa também o digital, e nem todos têm o mesmo alcance ou reconhecimento, mesmo estando no “mesmo lugar”.



Cabe-nos pensar em um ponto comum capaz de traduzir esses avanços. Conforme Pellegrino (*apud* Santaella, 2010, p. 76) a convergência poderia se amparar em quatro palavras-chave: 1. saturação; 2. hibridação; 3. mobilidade; e 4. ubiquidade. Termos que, mesmo existindo relações entre si, representam, para a autora, uma “textura contínua entre corpos e ambientes cada vez mais saturados de múltiplas constelações tecnológicas híbridas e de constante fusão do humano com não humano”. (Santaella, 2010, p. 76). Diante da complexidade que envolve os processos comunicacionais na cultura digital, torna-se relevante esquematizar algumas das dinâmicas que estruturam essa ecologia em constante mutação. A seguir, apresentamos um quadro que não pretende encerrar sentidos, mas organizar as categorias que se entrelaçam e se contaminam no cotidiano midiaticizado.

Quadro 01 - Características estruturantes da cultura pós-convergente: saturação, hibridização, mobilidade e ubiquidade

1. Saturação	2. Hibridação	3. Mobilidade	4. Ubiquidade
Processo pelo qual as tecnologias e redes se tornam cada vez mais próximas umas das outras, diminuindo as fronteiras entre elas. Isso é especialmente evidente nas infraestruturas computacionais e na vida cotidiana, tornando as experiências mais intensas e interligadas.	Resultado da convergência e da saturação, sendo a fusão das tecnologias com o humano. A diferença entre as tecnologias e os seres humanos se torna menos visível, criando uma integração contínua entre corpo e ambiente saturado de tecnologias.	Ligada ao movimento constante das tecnologias e das pessoas, promovendo uma flexibilidade nas interações e na comunicação. A convergência e a mobilidade estão entrelaçadas, pois ambas são necessárias para a criação de novas formas de comunicação e interação.	Presença constante das tecnologias, especialmente dispositivos como celulares, que possibilitam estar em múltiplos lugares e realizar diversas tarefas ao mesmo tempo. Isso cria uma experiência de copresença real ou imaginária em todos os momentos do dia a dia.
Tecnologias e redes interconectadas, transformando a vida cotidiana.	Integração entre tecnologias e humanos, criando uma experiência contínua.	Conectividade móvel, integrando diferentes formas de comunicação e interações.	Tecnologia onipresente, permitindo multitarefas e copresença virtual e física.

Fonte: Elaborada pelo autor (2025).

Nesse sentido, o que me interessa nesta pesquisa é olhar para esse espaço compartilhado não como um território pacificado, mas como um campo de disputas, onde as identidades são continuamente negociadas, tensionadas e, por vezes, apagadas. A convivência nesse ambiente é real, mas também é atravessada por filtros, interesses e estratégias de visibilidade que moldam o que aparece e o que é silenciado. Como afirma Scolari (2020), estamos imersos em uma ecologia comunicacional em que as narrativas se entrelaçam em múltiplas plataformas, e os sujeitos, mesmo em meio a tantas diferenças, tentam inscrever seus pertencimentos e visões de mundo nesse fluxo contínuo.

A tecnopaisagem, ou ecologia midiática, que se constitui a partir da convergência, reforça que não apenas as mídias se unificaram em espaços compartilhados e compartilháveis, mas a própria inteligência precisou incorporar características a partir disso. Seja ela humana, ao desenvolver novas competências para uso, compreensão e aprendizados; ou a própria artificialidade, que também está compreendendo novas competências capazes de dialogar com códigos distintos entre as redes, e, principalmente, pelo desafio cognitivo entre a comunicação informacional e seus aspectos socioculturais.

Nesta pesquisa, a pluralidade na comunicação não será entendida pela quantidade de conteúdos que circulam na ambiência digital, mas sim pelos diversos caminhos que surgem a partir das conexões que fazemos. Esses caminhos, por sua vez, são constantemente combinados e recombinaos pela convergência. Pode parecer contraditório falar ao mesmo tempo sobre tantas possibilidades e sugerir um ponto de convergência comum. Porém, o que precisamos ter em mente é que esse processo não visa apagar as diferenças, mas sim destacar como as camadas da cultura digital, tanto as visíveis quanto as invisíveis, se alinham e atuam juntas de forma harmônica e simultânea, criando uma dinâmica que é mais do que a soma das partes.

Esse emaranhado de trocas e interações digitais não tem como objetivo a homogeneização das experiências ou o apagamento das particularidades que constituem os sujeitos. Pelo contrário: o que se observa é uma inflexão de camadas, algumas mais explícitas, outras mais subterrâneas que atuam de maneira simultânea, formando uma teia densa e interdependente. É nesse ponto que a plataforma Netflix, objeto desta pesquisa, se insere como um agente estruturante dessa dinâmica. Longe de ser apenas uma vitrine de conteúdos, ela opera como um sistema cultural que potencializa fluxos, regula visibilidades e traduz narrativas a partir de uma lógica algorítmica que se

alimenta das próprias práticas sociais. Assim, sua atuação não é neutra: ela mobiliza sentidos, define padrões de consumo e modela formas de pertencimento. Ao tornar-se parte do cotidiano, a Netflix passa a participar ativamente da construção dessas camadas culturais digitais, organizando repertórios e disputando espaços de representação simbólica em meio a esse campo de multiplicidades.

Essa característica de interconexão cria espaços ainda mais propícios para o engajamento, participação e presença dos públicos consumidores. Trata-se de um desafio que mostra que a cultura digital deve ser incorporada não apenas como uma substituição da comunicação tradicional, mas sim, um panorama diversificado e interativo pelos fluxos e dinâmicas instauradas.

Retomando os termos anteriormente expostos, daremos continuidade ao percurso de pesquisa explorando, com ênfase especial, às ideias de saturação e hibridismo. Creiamos que as interconexões propostas neste tópico serão bem contextualizadas a partir dessas projeções. Seguindo as ideias de Santaella (2011), os conceitos por si só, já desempenham um papel de correlação nas dinâmicas comunicacionais digitais, cabe-nos, portanto, propor uma reflexão sobre as implicações e maneiras como esses diálogos são estabelecidos.

Dessa forma, à luz das reflexões até aqui delineadas, emerge a urgência de se observar como determinadas plataformas a exemplo da Netflix se apropriam dessas lógicas comunicacionais para consolidar práticas e hábitos de consumo que extrapolam a fruição episódica. O problema que se delineia não está apenas na ampliação do acesso, mas na forma como os algoritmos modulam os trajetos de navegação do usuário, propondo uma experiência imersiva e contínua, orientada por estratégias de engajamento prolongado. A cultura da maratona, nesse contexto, não é mero efeito colateral, mas sim parte intrínseca de um design que visa reter o espectador no fluxo ininterrupto de narrativas. Ao mesmo tempo, esse regime de visibilidade alimenta e é alimentado por comunidades de fãs que performam sentidos, memetizam cenas e constroem leituras coletivas sobre os conteúdos consumidos, instaurando uma dinâmica em que o produto cultural deixa de ser apenas exibido para tornar-se experienciado, reiterado, disputado. É precisamente esse entrelaçamento entre tecnologia, afeto e pertencimento simbólico que buscaremos compreender, articulando os conceitos como operadores fundamentais dessa ecologia comunicacional hiperconectada.

A saturação, no contexto da cultura digital, sugere a pontos, informações e contatos tão intensos que suas fronteiras são quase indissociáveis. Conforme Santaella

(2011), o conceito trata as tecnologias digitais, com a visão crescente da conectividade e da presença da internet no cotidiano social. pela interpretação da autora, a saturação convergente diz respeito à interoperabilidade, ou seja, a capacidade do trabalho eficiente conjunto que permite trocas e usos de informações integradas.

Muito relacionado ao fluxo comunicacional, o termo no campo da tecnologia diz respeito a compatibilidade, ou seja, ambientes computacionais que são correlacionados. Vide tal movimentação, redução de hiatos e perspectiva colaborativa, a saturação é uma formatação que opera na perspectiva do “entre”, ou seja, no trânsito, troca de informações, combinação de processos e dinâmicas convergentes.

Convivemos com uma imensa quantidade de dados, que tende a crescer exponencialmente a cada dia. um desafio aos usuários, mas também as empresas operantes. Afinal, na era digital, os dados geram informações, suas conexões tornam cada resultado formas de lucrar ou ter prejuízo.

Essa sobrecarga de informações, criam um fluxo contínuo permanente, que desafiam as empresas a conseguirem captar notificações, gostos, atualizações e qualquer outro indício capaz de fornecer sinais para novos produtos, ferramentas e experiências para determinado usuário.

Não seria surpreendente exemplificarmos isso com a Netflix, afinal, a plataforma não lucra pelos conteúdos audiovisuais, mas sim pelos usuários em sua plataforma. Cada informação deste espectador precisa dialogar com a inteligência em questão. A informação capaz de circular por diferentes canais e processamentos de dados, fornecem insumos que criam esse ambiente saturado, mas ao mesmo tempo, integram a comunicação e fazem um ambiente cada vez mais imersivo, por exemplo, pela sugestão de conteúdos a partir dos algoritmos.

As fronteiras reduzidas por essa movimentação simultânea e inquieta torna-se invisível pela movimentação constante desses dados e fluxos digitais. Somos transportados a todo momento nos espaços digitais. Isso também determina nossas formas de interação com o mundo. A relação do tempo e espaço, mais uma vez mencionada nesta pesquisa, se torna cada vez mais fluída. Os espaços convergentes migram dados e momentos de lazer, trabalho, convívio e relações para um contexto entre telas.

As vias aceleradas, movimentadas e presente de tantas mensagens, dados e conteúdos, fez com as fronteiras, que separam as distintas formas e meios de comunicação, começaram a se borrar. Nesse cenário, o hibridismo emerge como uma

reação a essa ação. As distintas e múltiplas tecnologias, antes bem definidas, se misturam, criando novas formas de interação, troca e criação de linguagens.

Seria esse um processo de fusão? Acredito que estamos diante de um processo de expansão, que aciona sentidos, pessoas, espaços, temporalidades e estéticas, culminando em reflexos onipresentes que ditam os ritmos dos fluxos e do consumo da linguagem audiovisual contemporânea.

A autora Lúcia Santaella (2011) expõem o “hibridismo”, “hibridação”, “híbrido” e “hibridização” como um processo de interconectividade cada vez mais latente entre as distintas formas de atribuir sentido a algo. É através da ótica do significado/significante, que ela busca uma definição semântica para o termo, caracterizando-o como uma mistura, mescla, combinação de elementos diferentes para o surgimento de um novo.

Com uma explosão de possibilidades, acrescida do advento da internet e das plataformas digitais, novos formatos ganharam notoriedade. Seja pelo clássico exemplo das redes sociais digitais, que combinam textos, imagens, vídeos, transmissões ao vivo e tantas outras funcionalidades, ou ainda, pela inserção participativa em produtos comunicacionais até imaginados como “fechados”. Por exemplo, filmes e séries interativos na Netflix que permitem ao espectador escolher o que acontece, como *Black Mirror: Bandersnatch* (2018); *Headspace - Guia para Relaxar* (2021); *As Escolhas do Amor* (2023); e *Cadê Nossa Humana?* (2023) - todas originais Netflix e, até o presente momento desta pesquisa, nenhum título original brasileiro possui essa funcionalidade na plataforma.

Com essa formatação é nítido que a comunicação deixou de ser unilateral. O espectador compõe a narrativa e a “quarta parede” é rompida por uma decisão de quem assiste. O processo, como um todo, é participativo, dinâmico e híbrido, afinal há uma compreensão complexa do processo do consumo audiovisual digital: produção, acesso e interação.

Me apropriando do que Santaella (2011, p. 86) conceitua ao tratar dos hibridismos midiáticos, especialmente no que tange à lógica do hipertexto, proponho aqui uma reflexão sobre a forma como essas estruturas não lineares se materializam no audiovisual digital contemporâneo. Nesse sentido, ao analisarmos o formato seriado da Netflix e sua lógica de interface, observamos uma organização narrativa que rompe com a linearidade clássica e se reconfigura segundo quatro características fundamentais: (1) a topologia, que redefine os caminhos de acesso e navegação entre os episódios e gêneros, guiada por sugestões algorítmicas; (2) a multilinearidade, visível nas

possibilidades de consumo fragmentado, em que múltiplas histórias coexistem em camadas interdependentes e simultâneas; (3) a reticularidade, isto é, a articulação em rede entre conteúdos, usuários, metadados e práticas sociais (como fóruns, memes e *fanfics*); e (4) a manipulação, entendida como a capacidade de intervenção do usuário sobre a sequência e repetição dos conteúdos ainda que essa autonomia seja, muitas vezes, moldada por programações invisíveis do algoritmo. Tais características não apenas redefinem a estrutura do audiovisual digital como também nos forçam a repensar uma inflexão sobre a própria noção de autoria, recepção e experiência estética nesse ambiente hipertextual e interativo. (Landow, 1994, *apud* Santaella, 2011, p. 86).

A topologia indica a manutenção baseada na completude e interdependência, sem limitarem-se a uma contextualização externa e/ou isolada. Nesse processo, a topologia aponta para as tecnologias como parte da integração da experiência humana, e não são suportes isolados para a comunicação. Surge, portanto, para o audiovisual inserido na Netflix, uma nova textura comunicacional, que permite, vide os hibridismos das linguagens, produtos que só são possíveis de performar na integração da tecnologia com experiência humana, graças ao consumo seriado audiovisual digital permitido pela plataforma.

A multilinearidade cria a estrutura de nós e conexões, as combinações possíveis, emergentes dos percursos não lineares e complexos do produto comunicacional. Essa estrutura, que é cada vez mais invisível na vida cotidiana, transforma as relações sociais, permitindo que os usuários experimentem a comunicação de maneiras que eram impensáveis em tempos anteriores - tais como a lógica sequencial da programação televisiva, o consumo passivo de conteúdos impressos ou audiovisuais em mídias físicas, e até mesmo os primórdios da web 1.0, marcados por hipertextos estáticos e pouca interatividade. Hoje, o audiovisual digital e as plataformas de streaming inserem o espectador em fluxos contínuos, moldados por algoritmos e interfaces dinâmicas que incentivam a circulação, a recombinação e a personalização do conteúdo. O resultado é uma experiência comunicacional que se dá em múltiplas camadas, onde o tempo, o espaço e a narrativa já não se organizam segundo uma linearidade cronológica, mas por afinidades, interesses e padrões de comportamento captados em tempo real.

A reticularidade designa um diagrama em formato de rede e, portanto, as fronteiras entre o digital e o físico, o real e o virtual, se tornam cada vez mais fluídas, dando origem a uma comunicação híbrida que reflete a complexidade da sociedade contemporânea.

Por fim, a manipulação, enquanto articulação das dimensões de topologia, multilinearidade e reticularidade, representa um dos aspectos mais marcantes das dinâmicas comunicacionais atuais, pois redefine a posição do sujeito diante do conteúdo digital. Nas plataformas de *streaming*, como é o caso da Netflix, a manipulação não se dá apenas no nível técnico, mas emerge na relação direta entre usuário e plataforma, exigindo engajamento ativo. O espectador deixa de ser um mero receptor para se tornar parte essencial da lógica comunicacional, sendo conduzido por sistemas que operam com sugestões, fluxos contínuos e interfaces que incentivam a permanência. Recursos como o *autoplay*, o “pular abertura” e as recomendações personalizadas demonstram como a experiência é desenhada para ser fluida e prolongada, criando uma sensação de controle ao mesmo tempo em que opera sob estruturas invisíveis que direcionam as escolhas. Assim, o sujeito passa a atuar de forma interativa, remixando, compartilhando e ressignificando os conteúdos consumidos, o que revela uma nova lógica de produção e recepção, marcada por circuitos de participação que, embora potencialmente criativos, também são moldados por mecanismos de controle e indução. Essa manipulação não é apenas uma função operacional, mas um campo simbólico e relacional que expressa os modos de se comunicar, se engajar e de se subjetivar no ambiente digital.

Com a crescente saturação de informações e espaços tecnológicos, as fronteiras existentes na comunicação começam a sumir, criando ambientes cada vez mais dinâmicos. Dessa forma, o hibridismo surge como uma resposta natural, uma ampliação das linguagens e interações. O que antes era segmentado se mistura e se transforma. Diante disso, podemos nos perguntar: Estamos prontos para habitar um mundo onde a tecnologia já não é mais um fenômeno separado, mas parte integral de quem somos?

### 3.3. PÓS-DIGITAL? DRIBLANDO A EFEMERIDADE

Utilizar o prefixo “pós” acrescenta uma semântica de temporalidade aos temas. Pela lógica de um tempo subsequente, ou seja, algo que ocorre após determinado feito, evento ou período determinante. Em outras palavras, uma temporalidade que segue uma ação, situação ou condição específica. Ou via ideia de transição para um novo estado, explicada como uma mudança em direção a algo evoluído, diferente, se deslocando de uma característica anterior e assumindo formas mais avançadas.

Ambas utilizações oferecem espaços para o diálogo da cultura digital. Através da denotação dos contextos contemporâneos, adotando uma consolidação das

tecnologias digitais. Ou ainda, uma sugestão que carregaria consigo certa responsabilidade em caracterizar uma mudança fundamental, baseada nos avanços anteriores, sobretudo os tecnológicos.

O que nos interessa, até o presente momento, é definir que o termo “pós”, será empregado, a partir de agora, com a perspectiva da somatória semântica apresentada. Não estamos dizendo que trata-se de uma ideia “após” a outra, mas sim, trânsitos semânticos integrados às transições da sociedade e conectividade.

Nesse contexto, o termo pós-digital, em certo ponto, culmina em um espaço ainda sem muitas materialidades, mas com conexões possíveis por outras fundamentações subjetivas, socioculturais e tecnológicas. Essa ideia de “sem muitas materialidades” não aponta para uma ausência de existência, mas sim para uma configuração em que o pós-digital se ancora mais nas relações, fluxos e dinâmicas do que em suportes tangíveis ou estruturas estáveis. Não estamos lidando com objetos físicos ou tecnologias destacáveis do cotidiano, mas com processos imbricados à experiência muitas vezes invisíveis por estarem naturalizados. O que se manifesta, portanto, são os efeitos: nas formas de pensar, consumir, comunicar e produzir.

O pós-digital não exige uma nova máquina ou dispositivo específico para se expressar, mas se evidencia justamente pela diluição da novidade enquanto algo visível ou nomeável. É nesse plano intangível que as conexões se estabelecem não por meio da presença física de algo novo, mas pelo deslocamento de como nos relacionamos com o que já está entre nós.

Neste tópico, nos propomos a explorar alguns termos que ajudam a costurar a compreensão do plano de fundo estudado: o pós-moderno, o pós-humano, o pós-virtual e, com ênfase, o pós-digital, amparado pelo histórico uso do prefixo pós, conforme Santaella (2016) apresenta. O intuito é evidenciar desde o início como essas noções operam não apenas como categorias teóricas isoladas, mas como camadas que se sobrepõem e tensionam as formas de viver, comunicar e produzir sentido na contemporaneidade. É por esse caminho que conseguimos nos aproximar das lógicas que atravessam os produtos originais da Netflix, compreendendo-os para além do entretenimento, como dispositivos inseridos numa ambiência marcada pela hiperconexão, pelos fluxos contínuos de informação e pela presença ubíqua das tecnologias digitais. Ao longo da discussão, vamos observar como essas categorias ajudam a iluminar os modos de funcionamento e circulação desses conteúdos, inseridos



em uma cultura audiovisual acelerada, personalizada e orientada por dinâmicas algorítmicas.

O primeiro, ou seja, o conceito de pós-modernidade, conforme a autora, foi o responsável pelo *frisson* do termo. Mesmo sendo visto, no campo das artes, como algo datado e concluído. Entretanto, para o debate cultural, a pós-modernidade oferece pautas que ainda são incorporadas no cotidiano atual. Seja via modernidade líquida, reflexiva ou supermodernidade, todas as discussões culminam em olhares direcionados ao espírito de mudança socioespacial (2016, p.81).

Ainda nessa efervescência, agora associado ao humano. O pós-humano é tratado nas artes como uma crítica à associação da tecnologia. Na cultura, um convite a refletirmos sobre as mudanças que a tecnologia culminam sobre o corpo humano, ou como Santaella coloca, o surgimento de um corpo ciborgue (2016, p. 82).

Em continuidade, uma emergência para a virtualidade e conexões: o pós-virtual. Localizado na cibercultura, porta-se como uma espécie de ideias paralelas sobre habitar diferentes espaços. Um paralelismo que dividia o mundo real, físico e material, com o outro lado representado pelo digital, informacional e artificial. Com estreitamentos de fronteiras cada vez mais atuantes e, pela inserção ativa do celular conectado, o pós-virtual abre espaços de hipermobilidade. (2016, p. 83).

Conforme esse percurso, acrescido do contexto contemporâneo, o termo pós-digital cria uma corrente que nos faz questionar o que é o digital. Em outras palavras, se nos faltam termos capazes de englobar uma definição precisa sobre o digital, o que podemos esperar do pós?

Se, em determinado ponto, afirmamos que vivemos o auge da digitalização, não se trata aqui de prever um futuro que ultrapasse esse momento como se fosse uma linha reta de evolução tecnológica. O que chamamos de pós-digital não surge como substituição ou superação do digital, mas como consequência de sua naturalização. O digital já não se apresenta mais como novidade ou ruptura, mas como parte do cotidiano está integrado, diluído, quase invisível nas práticas culturais, econômicas e sociais. É justamente por isso que falar em "continuidade do fenômeno" exige clareza: trata-se da permanência e do aprofundamento de uma lógica técnica e comunicacional que passou a organizar nossas formas de existir, produzir, consumir e interagir.

O digital se tornou estrutura de base, e o pós-digital, nesse sentido, nomeia o momento em que já não conseguimos mais separá-lo de nós mesmos, ele já não está “fora”, como um dispositivo, mas fundido às dinâmicas do que somos e fazemos. Não

há aqui um depois no sentido cronológico, mas um atravessamento que nos lança para outras formas de habitar os fluxos, os conteúdos e os vínculos que produzimos dentro das redes. Essa sobreposição de tempos, camadas e práticas nos empurra para um campo onde o digital já não se explica por si só, e o pós-digital surge como necessidade de nomear esse enredamento complexo que se impõe.

Uma movimentação capaz de caracterizar a tecnologia e penetrar as capilaridades do cotidiano de seus usuários. Um deslocamento do campo das possibilidades, para ações mais concretas dos estágios de digitalização do consumo, da arte, do capitalismo, da educação, saúde, etc.

Deixamos de atribuir à tecnologia a ideia de novidade e, acrescentamos à ela, a responsabilidade de dividir nossas interações sociais, culturais e econômicas, de formas cada vez mais atuantes e participativas. O “pós”, portanto, indica uma realidade instaura, na qual tecnologias digitais tornam-se invisíveis, afinal, são extensões dos seres humanos dissociativas.

Assim, o pós digital “passa a se referir a um estado de coisas em que mudanças a partir da tecnologia de informação digital já se tornaram lugares-comuns. Já não é visto como revolucionário, opondo efetivamente ao termo ‘novas-mídias’”(Santaella, 2016, p. 87). Ou seja, passamos a incorporar uma combinação entre a velha e nova mídia, sem distinções e ideologias de superioridade, mas sim pela lógica somativa de experiências que permite um consumo retroalimentativo.

Inserir o termo na presente pesquisa representa evidenciar conexões para além das horizontalidades. Afinal, essa complexidade interfere nas maneiras como interagimos e interpretamos o mundo. Somatória entre pessoas, tecnologias, dinâmicas comunicacionais, fluxos, consumos e participações, exemplificam essas transformações. Um cenário efêmero, acelerado e instantâneo, movido pela fluidez veloz de como tudo surge e desaparece rapidamente.

Na era pós-digital, se assim podemos denominá-la, a tecnologia integra o cotidiano, que por sua vez, determina e pauta as manifestações e obsolescência dos conteúdos e consumo. São dinâmicas volúveis e fugazes que expandem as conexões e intensificam os processos ecossistêmicos da comunicação contemporânea digital.

A compreensão desses processos ganha densidade quando atravessada pela noção de ecologia proposta por Di Felice (2012), não no sentido restrito da biologia, mas como um campo expandido que articula interdependências entre seres, dispositivos, fluxos informacionais e as transformações simbólicas e materiais que decorrem dessas

interações no tecido sócio tecnológico contemporâneo. Podemos dizer que são relações entre os seres vivos e seus espaços habitacionais, integrados em ambientes e sociedades, somadas às interferências internas e externas. Santaella (2016) menciona inúmeros acréscimos que a internet/digitalização criará conforme sistemas ecológicos inteligentes, envolvendo coisas, pessoas, dispositivos, sensores, entre outros. Mas me parece pertinente a passagem, que ela coloca a partir da ideia de conexões e expansões mencionadas anteriormente: “Dizem os especialistas que tudo isso se tornará realidade rotineira até 2025” (Santaella, 2016, p. 121).

Ao reler essa citação, me questionei se estamos diante dessas atuais condições de conexão entre a internet e todo o entorno que a cerca. É inegável que presenciamos transformações do comportamento humano em detrimento da tecnologia. A Covid-19, por exemplo, forçou que o consumo e as relações fossem pautadas exclusivamente pelo distanciamento físico e as práticas erguidas a partir da conexão com a *web*.

Naquela época, as tecnologias digitais oficializaram seu papel enquanto extensão natural de nossas vidas. Estávamos imersos em espaços digitais, em substituição ao distanciamento social criado entre o mundo físico e virtual. A efemeridade, nesse contexto, foi dicotômica ao apresentar tempos tão acelerados nas telas consumidos via *lives*, postagens, compras digitais, etc. e, ao mesmo tempo, uma ordem cronológica que parecia se arrastar à espera da cura da pandemia.

Durante o período de isolamento social imposto, o consumo audiovisual encontrou terreno fértil para se expandir de maneira vertiginosa. Empresas como a Netflix souberam captar esse momento e ampliaram sua atuação, ocupando não só as telas, mas também os vazios do cotidiano das pessoas confinadas em casa. A experiência de assistir a algo deixou de ser apenas uma escolha individual e passou a se tornar um comportamento social mediado por algoritmos, interfaces e sugestões automáticas. O audiovisual passou, assim, a atravessar a rotina como parte da engrenagem de uma cultura conectiva, na qual ver e comentar se tornaram gestos quase simultâneos. Não se tratava mais de assistir por prazer estético, mas de estar atualizado, presente e incluído nos fluxos digitais que definem, muitas vezes, nossa visibilidade e pertencimento.

Com a intensificação das redes sociais e aplicativos de mensagens, esse consumo ganhou uma camada de velocidade e exposição ainda mais acentuada. A cada lançamento, era possível ver a formação imediata de comunidades compostas por pessoas que assistiam, reagiam, comentavam e descartavam conteúdos num intervalo de

tempo quase indistinguível. A volatilidade do streaming não está apenas na oferta excessiva, mas no modo como essa oferta é absorvida: o consumo tornou-se performático, pressionado pela urgência de comentar antes, de produzir conteúdo sobre o conteúdo, mesmo que ele logo desapareça da memória coletiva. O que antes era esperado para ser debatido com tempo e cuidado, agora precisa ser digerido em velocidade máxima. Esse ritmo impõe uma lógica de circulação que ultrapassa o produto em si e atinge diretamente nossas formas de se relacionar com o audiovisual, convertendo o espectador também em propagador e, muitas vezes, o agente de descarte daquilo que consome.

A velocidade, neste caso, não surge meramente como algo espontâneo ou natural, mas como resultado direto das engrenagens que operam nos bastidores das plataformas digitais, principalmente do *streaming*. A dinâmica instaurada por essas tecnologias ao sugerirem o que ver, ao pressionarem o tempo com lançamentos constantes, ao vincularem relevância à frequência imprime uma aceleração quase imperceptível no começo, mas profundamente presente no modo como consumimos e nos relacionamos com o audiovisual. Já não assistimos apenas; somos atravessados por uma lógica de acúmulo e de urgência, onde o tempo não serve mais à experiência, mas à atualização. Essa aceleração, alimentada pelas interfaces e pela cultura das redes, começa a tensionar o sentido do próprio conteúdo, que perde densidade e se torna parte de uma fila interminável de estímulos. O que ontem parecia central, hoje já escorrega pelo excesso.

No mundo digital de hoje, a ideia de efemeridade está profundamente ligada à nossa forma de lembrar. Vivemos em um fluxo constante de informações que aparecem rapidamente e somem ainda mais rápido, o que torna cada vez mais difícil preservar algo que tenha realmente significado. Antes da consolidação do digital como extensão sensível das relações humanas ou seja, num tempo em que a memória ainda repousava sobre suportes físicos como álbuns de fotografias, cartas escritas à mão e narrativas contadas entre gerações, nossas lembranças pareciam mais enraizadas no espaço e no tempo. Eram registros palpáveis, que carregavam consigo o desgaste e a permanência da matéria. Hoje, entretanto, elas se dissolvem em postagens, arquivos temporários e histórias que desaparecem em segundos, fragmentadas em *bits* que se acumulam e se perdem ao mesmo tempo. A memória, nesse novo regime, se flexibiliza, adapta-se ao ritmo fugaz da cultura digital. Mas é inevitável o questionamento: o que sobra dessa

experiência? Estaríamos de fato guardando algo, ou apenas nos adaptando ao apagamento constante como parte do jogo?

A necessidade de driblar o efêmero está associada à característica intrínseca da tecnologia sobre a sociedade. Não pela simples ótica em registrar o aqui e agora, mas apontar para reflexões que sejam capazes de responder às questões expostas acima. Acredito que não sabemos reconhecer determinada postagem que fizemos minutos atrás e, em consonância a isso, o consumo audiovisual também se esfarela com essa divisão de atenção, pela necessidade de consumir ou ainda, por uma inserção social pautada no que você assiste ou deixa de assistir.

Ao começar essa pesquisa, me lembro de tentar relembrar todos os produtos da Netflix que já havia assistido. Era uma tarefa impossível, não só pela enorme quantidade, mas também pelo imenso tempo que dediquei a esse consumo. Um consumo que, em vez de manter a memória do prazer simples de assistir a um filme ou série, acaba transformando tudo isso em uma obrigação cultural, tirando o toque de espontaneidade e prazer da experiência estética.

Quando proponho a reflexão sobre esse “compromisso” de assistir algo, remeto justamente as pressões que são realizadas, sobretudo via redes sociais, para que todos estejam “em dia” com os lançamentos. Se a tecnologia já faz parte de quem somos, comentar sobre tudo e todos que circulam nesse espaço, parece justamente nossa obrigação ao ocupá-lo.

Ao mesmo tempo que as plataformas de *streaming*, como a Netflix, aceleram suas dinâmicas produtivas com lançamentos cada vez mais frequentes, algoritmos refinados para personalização de catálogos e estratégias de expansão que aproximam o global do local, o comportamento do público também se reinventa. A prática de assistir se entrelaça a outras formas de agir nas redes: reagir, comentar, recortar e repostar.

O audiovisual deixa de ser apenas consumido em silêncio, tornando-se ponto de partida para processos de visibilidade social mediados pela conectividade. O relatório Global Entertainment & Media Outlook 2023–2027 da PwC (2023) aponta que o consumo de vídeo digital já ultrapassa o da televisão tradicional em mais de 60% entre jovens de 18 a 34 anos um dado que, aliado ao crescimento de 115% no compartilhamento de conteúdos ligados às estreias da Netflix no TikTok entre 2022 e 2023 (DataReportal, 2023), ajuda a dimensionar o ritmo desse novo circuito de recepção e participação.

Trata-se de uma audiência que não apenas consome, mas que opera dentro de uma lógica mais ampla, conforme descreve Jenkins (2009), da cultura participativa, na qual espectadores se tornam cocriadores de sentido. O gesto de ver é imediatamente acompanhado do gesto de tornar público seja por meio de vídeos de reação, memes, teorias ou críticas. Mais do que acompanhar a trama, é preciso estar inserido na conversa que ela gera, enquanto ela ainda pulsa. Assim, o tempo da exibição e o tempo da repercussão se fundem, evidenciando que, hoje, assistir também é performar presença nas redes.

Essa vivência pós-digitalizada, ou seja, a tecnologia como algo presente e não mais extraordinário, é parte integrante e cotidiana das fruições e dinâmicas comunicacionais. Há uma expansão tão significativa que todo nosso entorno reflete sobre as possibilidades de ser e estar ativo nessa ambiência.

No cotidiano digital, o fato de qualquer pessoa poder criar e consumir conteúdo gerou um cenário cheio de diversidade e mistura de formas de comunicação. Essa pluralidade tem seus benefícios, mas também nos leva a uma comunicação mais rasa e fragmentada, onde as conexões podem parecer superficiais. A concepção de memória, por sua vez, é mais um dos elementos culturais que se tornou algo instável, sempre se transformando. O que hoje é relevante, amanhã já pode ser esquecido. São reflexos do ritmo acelerado e, muitas vezes, entendido como impessoal do ambiente digital. Um movimento constante, capaz de criar um desafio para quem busca construir algo que realmente perdure, atravesse gerações, ocupe diferentes aparatos tecnológicos ou que tenha um impacto percebido enquanto duradouro.

Os aspectos que definem o pós-digital não se restringem a uma única disciplina; ao contrário, desdobram-se em camadas que dialogam com os estudos da comunicação, das ciências da informação, da sociologia da cultura e da antropologia das tecnologias. Nesse emaranhado conceitual, pensar a memória em constante atrito com a efemeridade exige ultrapassar visões instrumentais do digital para alcançar outras dimensões. Santaella (2016), ao tratar das nuvens de armazenamento e dos bancos de dados digitais, provoca uma inflexão importante: os arquivos deixam de ser locais fixos de preservação para se tornarem territórios móveis, fluídos, cujas fronteiras se deslocam conforme o uso, a acessibilidade e os próprios algoritmos que os gerenciam.

Há, nesse sentido, uma perda do “lugar da memória” tal como compreendido nas tradições materiais, dando lugar a uma memória que se reinscreve e se recontextualiza continuamente, de modo instável. A comunicação digital, portanto, atua como campo de

tensão entre o desejo de preservar e o ciclo ininterrupto de produção e obsolescência de dados. Esse deslocamento não se dá de forma neutra: revela um novo regime de temporalidade no qual os vínculos afetivos, sociais e identitários tornam-se também condicionados pelas lógicas das plataformas, expondo fragilidades do que entendemos como presença, permanência e esquecimento no mundo conectado.

Inserir o debate sobre memória nesta pesquisa é fundamental para compreender como a Netflix enquanto agente expressivo da cultura pós-convergente contribui para reorganizar os modos como lembramos, esquecemos e atribuímos valor ao que consumimos. Em um cenário onde as dinâmicas comunicacionais são marcadas pela instantaneidade, pelo acúmulo e pela obsolescência programada, a memória deixa de ser um repositório fixo e passa a operar como fluxo: movente, instável e constantemente ressignificada.

O *streaming* não apenas organiza o conteúdo a ser consumido, mas também regula o tempo da lembrança e da visibilidade. As maratonas de séries, os lançamentos semanais e as listas personalizadas criadas por algoritmos reconfiguram nossa experiência narrativa e o modo como a memória se constitui nesse processo. Nesse contexto, o pós-digital não é somente uma era após o digital, mas uma inflexão que dissolve fronteiras entre produção, consumo e arquivamento simbólico, fazendo com que a memória cultural se fragmente entre a tela e a nuvem, entre o agora e o que será rapidamente substituído.

A Netflix não ocupa apenas um espaço físico na cultura midiática, mas participa ativamente da modelagem das lembranças compartilhadas, das experiências coletivas e daquilo que será esquecido ou lembrado por alguns segundos, ou pela força viral de uma tendência passageira. Trata-se, portanto, de pensar a memória não como acúmulo, mas como gesto comunicacional em constante disputa por atenção e relevância. Ao explorar essas camadas, a presente pesquisa busca iluminar as implicações da cultura do *streaming* na constituição de novas formas de narrar e significar o tempo, o conteúdo e o sujeito contemporâneo em uma lógica de convergência e mutabilidade.

Driblar o efêmero, portanto, está mais relacionado à arte do que a real necessidade de tornar determinada memória eternizada. Podemos dizer que o pós-digital e sua natureza ecossistêmica, inserem dados, sentimentos e a presença humana/tecnológica em espaços comuns. Com essas relações, busco a indagação que tenta descrever digital e pós-digital, não esperando precisão na resposta, mas reconhecendo que somos tão voláteis e mutáveis que deveríamos ter menos

preocupações sobre “ocupar” e mais dedicação em “experienciar”, afinal, o pós-digital não foi feito para se eternizar, mas sim desaparecer junto com os vários tempos, fluxos e dinâmicas que nele coabitam.

### 3.4. CONEXÕES, ESPAÇOS E SUJEITOS HIPER-HÍBRIDOS

Via fenômenos contemporâneos, sobretudo os comunicacionais, é perceptível uma transformação constante em nosso entorno. Ambientes interativos não apenas disponibilizam novas funcionalidades tais como sistemas de recomendação algorítmica, interfaces adaptativas, *autoplay*, *second screen* e curadoria automatizada de conteúdo como também produzem reconfigurações sensíveis na forma como os sujeitos experienciam o tempo, o espaço e o próprio ato de comunicar. Esses artifícios, longe de serem meras ferramentas técnicas, constituem mediações que atravessam a esfera sensível e simbólica da vida social, instaurando novas lógicas de circulação e recepção de sentido. As relações sociais ganham expressividade pela tecnologia que, por sua vez, converge em diferentes proporções e significações para a cultura digital.

A Netflix, enquanto plataforma paradigmática da era do streaming, é agente e síntese dessas transformações. Sua arquitetura não se limita a oferecer conteúdos audiovisuais: ela desenha trajetórias de fruição, organiza desejos e fabrica zonas de visibilidade conforme os rastros deixados pelo espectador. Como aponta André Lemos (2021), estamos diante de “tecnologias do acontecimento”, capazes de territorializar subjetividades em redes de conexão constante e performática. Ao mesmo tempo, esses ambientes digitais instauram uma paradoxal sensação de autonomia na ideia de que escolhemos o que assistir quando, na verdade, nossas escolhas são mediadas por algoritmos opacos e por interesses mercadológicos travestidos de neutralidade técnica.

Essa dinâmica não se dá sem tensões. Se, por um lado, a plataforma parece oferecer uma experiência personalizada e fluida, por outro, ela opera sob uma lógica de vigilância afetiva e captura de atenção (Recuero, 2022), onde as interações do usuário são constantemente monitoradas, traduzidas em dados e retroalimentadas em forma de sugestões. A comunicação, nesse contexto, passa a ser atravessada por camadas não só técnicas, mas político-econômicas, marcadas pela disputa por tempo de tela e engajamento. Muniz Sodré (2014) já advertia sobre a substituição do laço comunicacional pelo vínculo informacional: a conexão, aqui, não garante necessariamente o encontro, mas sim sua simulação contínua e mercantilizada.



Não se trata, portanto, de pensar os “novos artifícios” como meras atualizações tecnológicas que moldam a cultura. Eles são, antes, operadores de uma gramática do cotidiano que reorganiza nossas práticas de ver, sentir, consumir e comunicar. O espaço interativo da Netflix é um espaço tático, como diria Michel de Certeau (1994), mas também disciplinar: há margem para o improviso do espectador, mas sempre dentro dos limites delineados por uma ecologia algorítmica que molda o próprio tempo da fruição audiovisual. A transição do consumo televisivo para o streaming não é apenas uma mudança de suporte: é uma mutação na estrutura do imaginário, onde o entretenimento se apresenta como fluxo contínuo, e o sujeito é convocado à permanência mesmo quando não deseja mais assistir.

Em uma sociedade de excessos e intensificações, o termo “hiper” acaba atribuindo uma conotação de reflexo a tecnologia, habitats e pessoas que ali atuam. Derivado do grego *hypér*, na contemporaneidade tudo porta-se, em certas escalas, como hiper: dietas hipercalóricas e a hipertrofia como elementos associados ao corpo; hipermercado, um espaço ainda maior para venda de produtos; hiperinflação, a economia e os preços sendo alterados em largas escalas; entre outros.

Contemporaneamente, esse prefixo ganha terreno e comparece como operador semântico central na constituição das práticas comunicacionais digitais. Não se trata apenas de um marcador linguístico de intensidade, mas de um dispositivo conceitual que reorganiza temporalidades, espacialidades e modos de presença nas plataformas. A hipermídia, nesse sentido, não é mera justaposição de meios, mas um espaço de transbordamento simbólico onde a convergência de linguagens encontra uma camada adicional de performatividade, interatividade e vigilância. É nesse cenário que a Netflix, enquanto artefato cultural e infraestrutura técnica, se estabelece como exemplo paradigmático de uma economia da hipervisibilidade. Sua interface construída por algoritmos de personalização e modulação comportamental não apenas sugere conteúdos, mas produz trilhas interpretativas que condicionam o olhar, os afetos e os gestos do espectador. Como argumenta Recuero (2022), os fluxos hiperconectados implicam um ecossistema relacional em que a produção de sentido não se limita à emissão, mas se distribui nos circuitos de compartilhamento, remediação e resposta. A plataforma não é mais apenas um repositório de narrativas audiovisuais: ela encarna a própria lógica da mediação pós-convergente, fundindo consumo, performance e dados em uma rede contínua de retroalimentação.

Inicialmente indicado apenas para representar a ideia de excesso, ou de ultrapassar determinados limites (seja pela quantidade, velocidade, complexidade ou outra escala específica), o termo hiper desempenha um papel significativo na era digital. Estamos nos referindo às pontes construídas entre as linguagens através da hipermídia, hipertexto, espaços hiperconectados e tantas noções de “além de algo” que poderíamos mencionar acrescida da tecnologia. Essa noção se amplia, deixando de ser apenas uma estrutura técnica para se tornar uma política de leitura e navegação em que o espectador é capturado e posicionado como sujeito que interage, mas também que é permanentemente interpretado.

As estruturas tradicionais da comunicação como a narrativa linear, os suportes fixos de mídia e a lógica sequencial de consumo, ao entrarem em contato com os ambientes digitais, não são simplesmente substituídas, mas reconfiguradas sob novas lógicas. A incorporação do prefixo hiper opera como marca dessa inflexão: o texto se torna hipertexto, a imagem integra-se à hipermídia, e os modos de recepção passam a ser modulados por interações múltiplas e não-lineares. Essas formas, antes estáveis, agora se expandem em redes de conexões que sobrepõem tempos, linguagens e sentidos. No campo do audiovisual, plataformas como a Netflix ilustram bem essa transição ao fundirem narrativa, algoritmo, personalização e engajamento social em um mesmo ecossistema. Não se trata apenas de intensificação, mas de uma mutação nas formas de articulação simbólica, onde as estruturas anteriores persistem, mas em constante deslocamento.

Essas estruturas anteriormente desenhadas que, ao ganharem o prefixo hiper, atingem outros patamares e designam combinações amplificadas e interconectadas para esses sentidos. Seria uma ideia interessante pensar que, a partir desse acréscimo semântico, na prática, estaríamos somando significações de multiplicidade e expansão, reunindo elementos distintos em camadas sobrepostas capazes de levar em consideração suas características anteriores, porém transformando e interagindo constantemente conforme o espectro digital que agora compõem.

No contexto da cultura digital, e conforme o que já foi explorado nesta pesquisa, o termo “hiper-híbrido” surge como uma palavra-chave para compreender as complexidades que circundam as dinâmicas, sujeitos e conexões na sociedade contemporânea conectada. Não me parece oportuno imaginarmos que trata-se de um nível extremo de hibridização, afinal, é impossível mencionarmos os ápices capazes de serem atingidos. Diante desse panorama, o que se delineia é menos uma ruptura e mais

uma tessitura complexa, na qual elementos antes dissociados de linguagens, sistemas simbólicos, práticas culturais e dispositivos técnicos passam a operar em regime de transversalidade. Trata-se de uma configuração comunicacional que não apenas emerge com a tecnologia, mas é também moldada por ela, instaurando um campo onde as fronteiras entre produção, mediação e recepção tornam-se porosas, e os sentidos são continuamente reatualizados pela lógica da conexão e da convergência.

Com isso, podemos refletirmos sobre a fusão acelerada, a queda das fronteiras e a complexidade ecológica da comunicação, pela lógica de desafiar formatos inovadores e dinâmicos para comunicação, mercado e consumo. Essa perspectiva leva em consideração conexões, espaços e sujeitos em constantes reconstruções e com seus limites entre as diferentes esferas (digital e o analógico, o real e o virtual, ou entre diversas formas de expressão e comunicação) cada vez mais permeáveis e interdependentes.

Não se trata de uma metáfora retórica ou de um pensamento superficial à inovação, mas de um posicionamento crítico diante das mutações profundas que atravessam os regimes de visibilidade, escuta e interação na cultura contemporânea. Refletir sobre as dinâmicas comunicacionais na era do pós-digital é, antes de tudo, aceitar o desafio de compreender como as mediações se reconfiguram num ecossistema onde o tempo, o espaço e o sujeito são atravessados por dispositivos técnicos, lógicas algorítmicas e práticas sociais que escapam às antigas dicotomias. Como aponta André Lemos (2021), vivemos uma ubiquidade informacional que dissolve os contornos fixos da comunicação tradicional, dando lugar a uma condição híbrida, conectiva e altamente sensível às mutações do presente. Nesse sentido, o convite é para deslocarmos o olhar: da tecnologia como ferramenta para a tecnologia como cultura; do consumo como fim ao consumo como prática de mediação e produção de sentidos. É nesse terreno movediço que a pesquisa propõe tensionar os modos de existir e comunicar na era das plataformas e inflexões no *streaming*.

Lúcia Santaella (2020) a partir das mudanças emergentes causadas pela convergência midiática e redes sociais digitais, defende que novas interações e ambientes surgem pelo entrelaçamento das diferenças e novas realidades híbridas. Um processo no qual não se limita pela interação tecnológica, mas sim, pela abrangência da cultura, linguagem, identidade e relações humanas, criadas e ressignificadas nesse contexto digital.

O espaço digital contemporâneo é permanentemente preenchido por conteúdos comunicacionais. Essa ocupação constante não é apenas quantitativa, mas qualitativa: está enraizada em dinâmicas hiperintensificadas que tornam o digital um território habitado, disputado e em permanente reconstrução. As redes sociais digitais, ao operarem sob a lógica do “hiper” hiperconexão, hipervisibilidade, hiperparticipação não apenas distribuem conteúdos, mas configuram ecossistemas comunicacionais pluridimensionais. Trata-se de um ambiente em que o tempo e o espaço se fundem em regimes de presença contínua, acessada onipresentemente por dispositivos móveis e sustentada por algoritmos que promovem a recorrência e a aceleração de fluxos. Segundo Massimo Di Felice (2020), essas redes se comportam como tecnonaturezas, onde os dados, as subjetividades e os afetos se entrelaçam em circuitos híbridos de produção e circulação. Não há vazio no digital: há saturação simbólica, ressignificação constante e a produção incessante de sentidos. É nesse contexto que plataformas como a Netflix se inserem, não apenas como reprodutoras de conteúdos audiovisuais, mas como parte orgânica desse campo comunicacional expandido. Elas mobilizam estratégias hipertextuais, criam universos narrativos transmidiáticos e operam dentro de lógicas algorítmicas que antecipam o desejo do espectador, condensando experiências que flutuam entre o consumo, a performance e a autorrepresentação. Assim, compreender o streaming implica também compreender as formas de ocupação simbólica e material desses espaços digitais, suas lógicas de visibilidade e seus modos de se inscrever nas práticas cotidianas dos sujeitos hipermediatizados.

Sem rotular o ciberespaço e cibercultura, nesse momento da pesquisa, o que torna-se essencial para imaginarmos esses espaços não se configura a partir de estruturas fixas e uniformes, mas como vias dinâmicas, compostas por sobreposições de camadas, que influenciam em contextos sociotécnicos, práticas culturais e outras transformações que ainda irão acontecer conforme outros avanços e adventos tecnológicos. Para a autora, essa reflexão é feita “de uma miríade diferenciada de práticas sociais que foram se multiplicando sob o signo da velocidade que é a marca distintiva do universo digital, cujas transformações prosseguem em ritmo estonteante.” (Santaella, 2020, p. 28).

Ainda conforme a autora, em uma breve descrição aqui incorporada para refletirmos sobre espaços hiper-hibridizados, a web 1.0 representou uma nomeação retrospectivamente para a adição da internet nos meios, de forma estática e unidirecional; a web 2.0 adicionou a interatividade, colaboração e uma explosão das

redes sociais; e a web 3.0 o acréscimo semântico e cognitivo da artificialidade, cada vez mais inteligível, personalizada e automatizada.

A última, por sua vez, é fundamental para a ideia de uma nova ecologia de dados. Um espaço atuante do capitalismo que, em certo ponto, vigia e direciona nosso consumo constantemente. Na perspectiva da Netflix, por exemplo, a permanência e atenção dos pesquisadores são monitoradas para que experiências e fruição sejam ajustadas. Se a plataforma percebe que boa parte dos seus espectadores avança as aberturas dos episódios seriados, a empresa reconfigura esse espaço de consumo e permite que, através de um clique, o espectador consiga “pular a abertura”.

A permanência no exemplo anterior é a grande questão. Episódio atrás de episódio faz com que até a pergunta “você ainda está assistindo?” nos convide a pensar o caráter temporal desses espaços hiperconectados. São ambiências e linguagens que significam uma interação inseparável com um consumo comunicacional e um sujeito também hiper-híbrido.

Esse espectador tem a habilidade de transitar entre tais espaços. Com a convergência da tecnologia e a ubiquidade das plataformas de consumo, o sujeito hiper-híbrido não flui apenas entre os espaços digitais e físicos, muito pelo contrário, ele quebra esse paradigma. Com o acréscimo das redes sociais e o consumo audiovisual via *streaming* essa movimentação ocorre, sobretudo, pela lógica da mobilidade e permeabilidade da digitalização.

Não trata-se de moldes que tornam engessadas essas construções, mas formatações que a comunicação, as relações sociais, tecnológicas e culturais dialogam. São avanços perceptíveis e incorporados por multifatores não mais estáticos, mas multifacetados. Como Santaella argumenta: "O hibridismo foi tomando conta de vários níveis da realidade: das culturas contemporâneas à capilaridade das mídias, tal como se apresentam nas redes de comunicação" (Santaella, 2020, p. 12).

O jogo de palavras que a hibridização ocasionalmente proporciona revela-se instigante. Seja pela ideia de fusão de termos, da mistura de conceitos ou pelo rompimento de significados pré-estabelecidos, a hibridação nas conexões, espaços e sujeitos exige a convergência tecnológica, informacional e das linguagens.

Dessa forma, “a digitalização também permite a organização reticular dos fluxos informacionais em arquiteturas hipertextuais.” (Santaella, 2020, p. 37) e alteridades que permeiam o papel, também híbrido, desse espectador, capaz de criar e consumir conteúdos, desempenhando mais de uma função nesses contextos.

A hibridação quebra a linearidade. Do consumo aos nossos sentidos, nada é linear, mas sim, simultâneo, complexo e multidirecional. Acrescentamos, portanto, na cultura digital, dinâmicas e fluxos rizomáticos, introduzido enquanto ideia de rizoma por Gilles Deleuze e Félix Guattari na obra *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia* (2011). Deriva da ideia de estruturas não lineares, expandidas em múltiplas direções sem fixidez. Diferente da ideia organizada de verticalização e horizontalização, o rizoma parte de conexões livres, entre diferentes pontos e sentidos. Um pensamento flexível, aberto e atuante na cultura digital.

A convergência entre o físico e digital, amplamente discutida nesta pesquisa, caracteriza o que iremos absorver como espaços hiper-híbridos. Um ambiente que a Netflix inclui-se e é fluído, dinâmico e interconectado por entrelaçar as relações humanas e a tecnologia, nesse caso, no consumo audiovisual seriado.

Seja pela mobilidade constante e ubiquidade da comunicação, as barreiras tradicionais já não dividem a ideia entre o velho e o novo consumo. Os espaços de comunicação se expandem, em um ciclo infinito e retroalimentativo de informações e interações digitais, em rede e com inúmeros nós.

O argumento de Santaella (2020, p.68) diz que “os espaços hiper-híbridos estão marcados pela interseção de diferentes realidades, tanto físicas quanto digitais, criando uma nova forma de vivenciar o mundo e interagir com ele”. Conforme consumo na Netflix, isso fica ainda mais perceptível. Os usuários ganham experiências em fluxos cada vez mais constantes, os conteúdos são consumidos de forma contínua e instantânea e, ao mesmo tempo, tantas outras interferências digitais seguem atuando sobre esse espectador.

O ato de consumir uma série na Netflix, por exemplo, não pode mais ser concebida como uma experiência isolada. Estamos falando de hibridações que são combinadas entre diferentes esferas. Ao ponto que o espectador não é “apenas” uma audiência e o produto não é “apenas” um vídeo sendo transmitido. Torna-se um espaço coletivo, com reações, interações e participações também coletivas.

A possibilidade de estar conectado o tempo todo, inclusive quando estamos com os aparelhos desligados, rompe as limitações locais e permite, conforme destaca Santaella (2020, p. 72) que "o sujeito, ao se mover entre diferentes plataformas, atravessa e constrói espaços híbridos que não são mais exclusivamente físicos nem totalmente digitais, mas sim interações constantes entre ambos".

Esse processo de co-criação absorve dos hibridismos discutidos aqui, noções inseparáveis das novas identidades e movimento histórico que estamos presenciando ser escrito, com o advento da internet. Estaríamos nós, contribuindo para uma transição e transformação digital?

As novas dinâmicas que consumimos expressam um caráter de expansão da conectividade e integração crescente com a tecnologia. Se apresentamos anteriormente uma evolução das eras da web, Santaella (2020, p. 110) nos apresenta uma proposta direcionada à web 4.0. Essa, por sua vez, destaca-se como um marco disruptivo, marcada pela introdução de novos protagonistas tecnológicos nessas dinâmicas, tais como a computação na nuvem, internet das coisas, inteligência artificial e, acrescento, o consumo *streaming*.

Esse último acréscimo me parece pertinente ao ponto de reconhecer que as próprias interfaces da Netflix dialogam com esse processo de hibridação. A plataforma determina e influencia seus concorrentes no espaço digital. É constantemente modificada e atualizada para alinhar-se com as necessidades e expectativas de seus usuários. Incorpora em sua identidade digital, a interferência do seu público, seja pelas funcionalidades, ou ainda, pela observação e criação de produtos a partir disso.

Há, portanto, uma constante negociação entre as conexões, espaços e sujeitos na dinâmica dos títulos da Netflix, afinal, isso é determinante para a construção do relacionamento e aproximação de um fluxo que, mesmo sendo exclusivamente digital, atravessa as telas e contamina e rompe as barreiras das transformações comunicacionais.

A onipresença do *streaming* caracteriza o que Santaella (2020, p. 112) denomina como ecologias saturadas de tecnologia. Ou seja, a presença constante de um consumo em nosso cotidiano, ao ponto de transformá-lo como rotina onipresente. Acompanhando os sujeitos, sobretudo através dos *smartphones*, em todos lugares e momentos. Intensificando a hiper-hibridação da comunicação a partir da instantaneidade e da visão constante de estarmos sempre conectados / *onlines*.

Conforme ocorre uma imersão nessas experiências digitais, os algoritmos passam a desempenhar um papel fundamental para monitoramento, personalização e oferta dos conteúdos, criando, ainda conforme a autora, câmaras de eco - onde os usuários são constantemente expostos a conteúdos que reforçam suas próprias crenças e comportamentos, limitando a diversidade de informações que recebem.

Por mais que as fronteiras não existam mais, os sujeitos estão cada vez mais presos nesse espaço de comunicação. Dessa forma, vivenciamos uma ideia paradoxal:

nunca estivemos tão conectados, mas ao mesmo tempo, as conexões se tornam prisões e vícios dependentes para seus usuários. Até que ponto, estamos presos ou temos controle desses espaços e conexões hibridizadas? Estamos diante de dinâmicas abertas e conectivas, mas que aprisionam os sujeitos pelo eco do capitalismo digital?

### **3.5. CONSUMO, TECNOLOGIA E HUMANIDADE: PRÓXIMOS EPISÓDIOS**

Vivemos uma inflexão histórica em que a própria ideia de humanidade se vê tensionada pelas dinâmicas de consumo e pelos dispositivos tecnológicos que mediam nossa existência cotidiana. Não se trata apenas de uma reorganização prática dos modos de acessar conteúdos, mas de uma reconfiguração estrutural dos sentidos que atribuímos ao tempo, à atenção e à subjetividade. O consumo, nesse cenário, deixa de ser um ato isolado de escolha e se transforma em um campo ampliado de produção de si. Somos menos consumidores no sentido clássico e mais algoritmos encarnados, navegando uma paisagem moldada por sugestões, atalhos e microdecisões monitoradas.

A forma como consumimos, as dinâmicas tecnológicas e a própria noção de humanidade não são mais aquilo que supúnhamos em um modelo moderno e linear. Somos atravessados por uma lógica de recombinação permanente e, com ela, nós, sujeitos hiper-híbridos, passamos a operar em ambiências comunicacionais fragmentadas, simultâneas e sensorialmente dilatadas. As linguagens que nos cercam se cruzam, se contaminam e se atualizam incessantemente, não apenas mediando a nossa presença no mundo, mas constituindo a própria forma como o mundo se apresenta para nós. Essa virada que se instala de maneira invisível, mas estrutural impõe novos sentidos de pertencimento e percepção temporal.

A tecnologia, por sua vez, deixa de ocupar o lugar de ferramenta e passa a operar como mediação vital. Ela nos atravessa de maneira ubíqua, reorganizando os parâmetros do que é possível, do que é desejável e do que é permitido. O acesso à cultura não se dá mais por escassez, mas por excesso. No entanto, esse excesso não se traduz em liberdade plena, mas em hiperdisputa por tempo e atenção. As plataformas, nesse jogo, criam sistemas de retenção, moldam comportamentos afetivos e operam com precisão quase cirúrgica sobre as vulnerabilidades da experiência humana. O *streaming* não é apenas um modelo de exibição: é um paradigma perceptivo.



As práticas de consumo audiovisual, por exemplo, movimentam uma troca de modelos de negócios e formas de acesso aos conteúdos, mas não se limita a isso. O capitalismo na era digital transforma as maneiras que os lucros são obtidos e, por sua vez, as tecnologias emergentes, como inteligências artificiais, big data e as plataformas de *streaming* em si, redefinem os comportamentos e presenças desses negócios. Empresas como a Netflix, por exemplo, operam num regime algorítmico que organiza a experiência do usuário como um contínuo, no qual toda interação se torna insumo mercadológico. As tecnologias artificiais emergentes não são apenas ferramentas; são formas de habitar o mundo e constituem a própria materialidade do capital informacional.

A Netflix, entendida e localizada nessa pesquisa como uma empresa que compõe esse cenário capitalista, tem uma estrutura dinâmica, personalizável e imediatista. Três características centrais para a compreensão da cultura contemporânea e digital. Pontos que se entrelaçam em nós tão firmes, que tornam essa junção, uma realidade internalizada nas práticas socioculturais.

Ao analisarmos as estéticas emergentes da plataforma, percebemos uma lógica que Franco “Bifo” Berardi (2019) chamaria de semio-capitalista, em que a linguagem agora mediada por códigos digitais se converte em força de trabalho cognitiva. Os produtos culturais deixam de ser apenas narrativas e passam a ser vetores de atenção, organizados estrategicamente para maximizar cliques, engajamento e permanência na tela. Nesse contexto, o humano não é mais apenas consumidor, mas parte de uma engrenagem simbólica, onde o tempo de fruição e até o afeto são monetizados. O entretenimento se converte em trabalho emocional.

Nosso objeto de estudo, a Netflix, enquanto fenômeno comunicacional, concentra essas transformações de maneira exemplar. Sua presença não se limita à tela; ela opera como uma ambiência. Seus mecanismos não apenas organizam os conteúdos, mas orientam os afetos e as expectativas. O espectador é continuamente realocado em trilhas narrativas que dialogam com seus traços comportamentais anteriores, criando uma sensação de familiaridade que sustenta o engajamento. Mas essa familiaridade também atua como contenção: aquilo que parece feito para nós talvez apenas reforce aquilo que já se esperava de nós.

A ideia tradicional do consumo não existe mais enquanto totalidade. Os conteúdos audiovisuais, agora são expandidos, tanto para novos contextos digitais, como para singularidades de linguagens que só a ambiência digital suporta enquanto

hospedeira. Essa experiência do consumo apresenta uma ambivalência, ou seja, de um lado uma movimentação altamente segmentada, adaptada aos desejos e consumos individuais dos consumidores; do outro, uma característica homogeneizada, através de títulos consumidos sincronicamente por todo mundo em uma mesma plataforma, com compartilhamentos em redes sociais digitais comuns.

A própria dimensão da Netflix em si, enquanto empresa, já não se limita mais a caber em rótulos, gêneros e canais específicos de entretenimento do audiovisual. A plataforma atinge novos meios interativos conectivos com seu público, permitindo o atravessamento de sentimento, desenvolvimento de fãs (tratados no capítulo a seguir) e a possibilidade de migrar seus interesses entre os diferentes títulos ali disponíveis.

O acesso *on-demand* emerge pela convergência de tecnologias e linguagens. O consumo audiovisual torna-se mais dinâmico e acessível, afinal, agora os usuários interagem com os conteúdos de maneira cada vez mais instantânea e personalizada. O modelo anterior de fruição, se assim podemos fazer menção, antes restrito a horários e grades fixas de exibição, deu espaço para um acesso sob demanda, em que, não só o audiovisual, mas também músicas, livros e tantos outros produtos culturais sejam consumidos a qualquer momento, desde que, em suma maioria, conectada a internet.

A ideia de mediação se reconfigura. Não falamos mais de um meio que transmite conteúdos entre emissor e receptor, mas de ambientes de plataforma que organizam nossa experiência da realidade. Raymond Williams (1974), ao definir o termo “estrutura de sentimento”, nos oferece uma chave para compreender como o consumo cultural nas plataformas não é apenas individual, mas partilhado, performado em redes, comunidades e bolhas. A Netflix, nesse sentido, não apenas distribui conteúdos, mas constrói campos de afeto, pertencimento e dissenso. A série do momento não é só uma escolha de entretenimento, mas um marcador identitário, econômico e, muitas vezes, político.

Por isso, pensar o consumo na contemporaneidade exige abandonar as definições rígidas entre sujeito e objeto. A cultura digital dissolve essa fronteira, instaurando uma zona cinzenta em que a técnica participa da formação da subjetividade tanto quanto a linguagem ou a memória. O que está em jogo não é apenas o que consumimos, mas a forma como a própria ideia de humano é atravessada por práticas de consumo tecnologicamente mediadas. A humanidade, nesse contexto, não se opõe à tecnologia, mas é constantemente recriada por ela e isso nos leva à urgência de

repensarmos os próximos episódios dessa narrativa que já não nos cabe mais apenas assistir.

Uma característica capaz de ampliar a autonomia dos consumidores e transformar a lógica de produção das empresas. Os dados conseguem pautar títulos mais certos e a continuidade de determinadas obras é anunciada conforme seu sucesso, quase que de maneira instantânea ao seu lançamento. Dessa forma, novas estratégias de distribuição surgem para atender as demandas e lacunas nesse cenário digital, cada vez mais descentralizado, interativo e exigente.

Conforme Santaella (2022) a era da conectividade expandida não é mais um espelho para apenas às necessidades dos nossos consumos, trata-se de uma modificação de como habitamos e co-criamos a cultura digital. Um espaço que é erguido a partir das construções dos nossos desejos, consumos e conexões, que juntos, reforçam uma interdependência constante entre si.

A experiência contemporânea do consumo se desdobra muito além da escolha de um produto ou da adesão a um serviço. Ela configura uma prática subjetivada, na qual o próprio desejo é capturado, modelado e retroalimentado por sistemas que operam em tempo real. Não se trata apenas de consumir conteúdos, mas de consumir-se enquanto dado, enquanto presença conectada, enquanto rastreamento contínuo. A Netflix, nesse cenário, não é apenas uma fornecedora de entretenimento sob demanda, ela funciona como uma máquina semiótica que opera sobre o comportamento do espectador, organizando o campo do possível antes mesmo que a escolha se efetive.

Acreditamos que já está claro que essa pesquisa reforça que o consumo comunicacional, via empresas e o capitalismo digital, também é um influente significativo para os avanços tecnológicos. Tal consumo acompanhou e ditou as mudanças e incorporações da tecnologia em nosso cotidiano.

Ao entendermos o consumo como uma instância produtiva de subjetividade, percebemos que os limites entre humano e interface, desejo e algoritmo, tornam-se borrados. As opções oferecidas na tela não são neutras: elas carregam padrões de organização e hierarquização que escapam à consciência do usuário médio, mas que modelam, em camadas profundas, os modos de fruição e pertencimento. O consumidor conectado, longe de ser um agente plenamente autônomo, se vê imerso em um circuito de repetições, induções e performatividades que retroalimentam o próprio sistema que o molda. A personalização, nesse sentido, não é apenas uma conveniência técnica, é uma

estratégia discursiva que legitima um controle, mas eficaz, sobre as formas de presença e desejo na cultura digital.

Esse tipo de evidência é ainda mais perceptível ao centralizarmos o consumidor nessa hipótese. Se antes os estudiosos acreditavam que esses sujeitos vivenciavam os conteúdos de forma passiva, representando meros números para uma métrica da audiência audiovisual, agora são sujeitos ativos, que consomem em espaços interativos e customizados. Que influencia a humanidade rumo ao seu sétimo ciclo cognitivo, marcado pela dataficação e plataformização.

Diante desse cenário, pensar em consumo, tecnologia e humanidade exige abandonar noções ingênuas de progresso ou neutralidade. A plataforma se impõe como território simbólico onde o consumo deixa de ser um ato individual para se tornar um vetor civilizacional: o que assistimos, quando assistimos, por que pausamos e o que rejeitamos tornam-se operações codificadas, armazenadas e interpretadas como expressões legítimas da vida contemporânea. Nesse processo, não é apenas a tecnologia que se humaniza, é a própria humanidade que se tecnifica, naturalizando sistemas de vigilância afetiva, captura de atenção e mercantilização do tempo. Os “próximos episódios” não são apenas narrativas a serem vistas, mas movimentos de um processo mais amplo de inscrição da vida em lógica de dados.

Conforme Santaella (2022) o ponto de partida para esse ciclo é justamente o grande envolvimento entre tecnologia e todo seu entorno (ambientais, socioculturais, políticos, econômicos e outros). A hipótese central trabalhada pela autora, incorporada nesta pesquisa, é que o progresso da humanidade é atrelado a dois fatores: a linguagem (suas ramificações, contaminações e multiplicações) e o desenvolvimento dos meios sociotécnicos.

É interessante a visão da autora ao exemplificar a internet enquanto extensão da mente humana e, por consequência, de sua inteligência. Uma extensão como efeito da convergência, mas também do próprio crânio humano, que não consegue expandir de tamanho e armazenar o excesso de dados, mensagens, imagens, códigos, entre outros elementos presentes na cultura digital.

Essa reconfiguração do humano, marcada por sua fusão operativa com dispositivos sociotécnicos, não deve ser lida apenas como um avanço tecnológico, mas como uma inflexão ontológica. A digitalização da experiência não transforma apenas o modo como nos relacionamos com o mundo, mas afeta profundamente a própria constituição do sujeito. Ao mesmo tempo em que externalizamos funções cognitivas

para máquinas da memória à orientação espacial, da leitura emocional à previsão de comportamentos, também nos tornamos cúmplices do que essas máquinas nos devolvem como reflexo de nossa própria linguagem, enviesada e codificada. A máquina, então, não é um Outro absoluto, mas uma variação de nós mesmos.

O que sobrou de humano na humanidade digitalizada? O neo-humano, sucessor da terminologia pós-humana, apresenta características que dialogam entre o pensamento humano e o artificial, reconhecendo que, os próprios sistemas inteligentes digitais, tendo sua programação humana, é suscetível de apresentar falhas, dependências e necessidades de mudança cada vez mais frequente.

Nesse regime de hipercodificação, os dispositivos não apenas mediam, mas tensionam o que entendemos como consciência. O excesso de estímulos e a simultaneidade de fluxos instauram uma lógica de dispersão permanente, em que a atenção torna-se um recurso econômico e simbólico de alta demanda. A inteligência artificial, por exemplo, opera como metonímia dessa nova etapa: sua promessa de racionalidade automatizada contrasta com sua dependência radical de dados humanos enviesados, afetivos e históricos. A inteligência, nesse contexto, não pode mais ser compreendida como atributo exclusivo da mente humana, mas como um ecossistema relacional que envolve redes, algoritmos e afetos distribuídos.

A antiga ideia de substituição dos meios de comunicação, da mão de obra humana, ou do consumo em si, pela tecnologia, propõe justamente uma ideia de ruptura e uma maior coerência a uma revolução da cognição combinada com as tecnologias. Assim, a discussão sobre o neo-humano precisa ser tensionada não apenas por sua interface com a técnica, mas também por suas implicações estéticas e políticas. A linguagem, entendida aqui como um campo expandido, torna-se arena de disputa simbólica. As plataformas não são neutras, e tampouco são as tecnologias. Elas operam escolhas, algoritmizam o visível e reconfiguram o sensível. Nesse sentido, o consumo mediado por plataformas como a Netflix não deve ser reduzido a entretenimento: ele é parte constitutiva de uma governamentalidade algorítmica, que não apenas prediz gostos, mas modula formas de vida. O que está em jogo, portanto, não é apenas o que vemos, mas como nos tornamos sujeitos a partir do que nos é permitido ver.

O ato de consumir, assim como a cognição humana, não se restringe aos espaços internos da mente. Afinal são expansões projetadas no mundo, via diferentes aparatos e adventos da tecnologia, que operam como extensões da subjetividade. Essa

externalização e expansão, são mediadas pelas linguagens e, permite aos indivíduos, um trânsito de ideias, emoções e efeitos lógicos transmitidos ao seu entorno simbólico.

Elencada enquanto sete revoluções da cognição, Santaella (2022) apresenta uma linha evolutiva do pensamento e da comunicação humana. Sendo, em caráter breve: 1. cultura da oralidade; 2. a cultura da escrita; 3. a cultura do livro; 4. a cultura de massas; 5. a cultura das mídias; 6. a cultura do digital e, por fim; 7. a cultura dos dados. Expansões tecnocognitivas que representam marcos significativos na forma como os indivíduos consomem, acessam e compartilham comunicação ao longo das eras.

Pensar em um “novo humano” parece um tanto quanto arriscado, entretanto, trata-se de um direcionamento de olhares, pesquisas e esforços para o presente comunicacional. Podemos perceber que o consumo comunicacional não é mais limitado, portanto, o que limitaria a humanidade tão atuante nos espaços digitais? As plataformas emergentes acrescentam integrações cada vez mais complexas e combinantes. Nossos dados transitam por espaços digitais e determinam nosso consumo, conseqüentemente, o que aprendemos, acessamos e compartilhamos sobre determinadas pautas. Seria ingênuo da nossa parte imaginar que apenas a tecnologia avançou.

Donna Haraway (1991), ao propor a metáfora do ciborgue como figura liminar, já antecipava a dissolução das fronteiras entre humano e máquina, natureza e cultura, corpo e código. O que observamos hoje, nas plataformas como a Netflix, é uma atualização silenciosa dessa metáfora. Somos todos, em alguma medida, ciborgues conectados, atravessados por sistemas de recomendação que não apenas sugerem, mas moldam nossas preferências estéticas, afetivas e comportamentais. O consumo audiovisual se torna, então, uma prática híbrida, onde subjetividade e algoritmo coabitam, constantemente contaminando-se em um campo semântico expandido e fluido.

A era da contemporaneidade digital introduz realidade aumentada (AR), realidade virtual (VR) e interfaces neurais, que possibilitam uma imersão desse consumidor em dimensões cognitivas e experiências sensoriais que ultrapassam até mesmo as barreiras entre as telas da cultura digital. Surge, portanto, um novo paradigma do consumo, que já absorveu o usuário participativo, entretanto, acrescenta a isso, um consumo integrado, vivencial e visceral nas formas de ressignificar esse consumo.

O digital é um espaço saturado que segue inflando-se de conteúdos a uma velocidade incalculável de transformações ali presentes. Entretanto, essa excessiva

digitalização é apenas a ponta perceptível de ser observada. Um processo de “datificação” que é regido por algoritmos e transforma nosso consumo, tecnologia e humanidade por fluxos e dinâmicas invisíveis.

A Inteligência Artificial, conforme Santaella (2023) tem o poder de moldar os dispositivos de forma que seja impossível defini-los completamente e, nessa visão, a lógica de substituição altera-se para a lógica de controle das máquinas. Não pela imagem ficcional da guerra entre humanos e robôs, mas como um controle de decisões das ações e consumos humanos.

Ainda conforme a autora, esse lugares de poder, atribui a inteligência artificial uma nova camada da personalização digital, que é ajustada constantemente, para que as experiências e inteligências bióticas e abióticas sejam cada vez mais integradas. Esse ponto extremo, gera um ambiente que insere os usuários em bolhas digitais, reforçando e limitando o consumo de conteúdos digitais.

Efeitos de manipulação algorítmica que interferem no comportamento e relações que são construídas, sobretudo, nas redes sociais digitais. Nos tornamos reféns de um sistema de consumo que age pela repetição e inibe a possibilidade de crítica ao sujeito.

Como observado por Barrat (2013, p. 21, *apud* Santaella, 2023), a questão central é: “De que se constitui um robô, quando os humanos estendem seus corpos e mentes com próteses inteligentes e implantes?”. Esse desafio tecnoevolutivo, surge como resposta às evidências de evolução também transpostas no consumo e na humanidade. O neo-humano não se constitui apenas das mudanças tecnológicas, mas também da interação e internalização dessa tecnologia na humanidade. Como exemplificado por Santaella (2023), os bebês, mesmo sem alfabetização, manipulam celulares e conseguem consumir produtos audiovisuais através de seus desejos imediatistas. Ou seja, as tecnologias, cada vez mais precocemente, são parte das experiências cognitivas humanas em combinação com a artificialidade.

Essas observações sugerem que as tecnologias digitais estão cada vez mais integradas à nossa rotina e, entre as plataformas que mais têm influenciado essa transformação, a Netflix se destaca.

Desde sua criação, podemos compreender que sua ascensão não é apenas um reflexo da evolução do consumo digital, mas também um exemplo de como a tecnologia de *streaming* moldou o modo como interagimos com o audiovisual. A partir desse ponto, é crucial compreender como a Netflix não só alterou nossos hábitos de consumo,

mas também transformou as dinâmicas e inteligências, criando novas expectativas e desafios sobre como consumimos o conteúdo.



#### 4. MEMÓRIA NETFLIX: 10 ANOS DE FÃS NO BRASIL E AMÉRICA LATINA

A construção histórica da Netflix, principalmente em território brasileiro possui um percurso complexo, fundamental para a contextualização e perímetro temporal, pois acreditamos que a chegada do *streaming* ao Brasil, através dos serviços oferecidos pela provedora audiovisual, demarca um advento tecnológico propício para a reflexão da emergência de fluxos, conexões, linguagens e toda uma geração jovem de fãs.

O uso do termo “memória” foi incorporado para que possamos representar um processo de imersão ao objeto. Um recorte histórico que relaciona a criação da plataforma estudada e suas respectivas evoluções, emparelhadas aos adventos tecnológicos e seus consumidores. Nosso intuito é refletirmos sobre preceitos da fundação da Netflix e os impactos que a mesma proporcionou ao ser inserida no mercado nacional. Abordaremos a partir da arquitetura estabelecida pelos fluxos e conexões na Netflix uma possibilidade de diálogo dentro do ecossistema comunicacional digital, partindo de paradigmas contemporâneos circunscritos na dinâmica conectiva.

Portanto, iremos considerar que tal termo, para essa pesquisa, consiste na definição de um processo auto etnográfico de estudo a partir de coletas e escavações. Nesse caso, uma exploração totalmente digital. Essa mineração de dados é fundamental para que possamos mapear os passos já dados pela empresa, e aqueles que ainda estão sendo desenhados. Afinal, a coleta desses materiais é subdividida em esferas que compreendem o uso da tecnologia e o consumo dos fãs. Ou seja, um contraponto entre os aparatos tecnológicos e aqueles que fazem uso dos mesmos – em total interdependência.

Espera-se que possamos contribuir com o estudo da sociedade, seu comportamento, cultura, consumo e participação, fundamentando “vestígios históricos” da Netflix. Acreditamos que esse conhecimento é essencial para entendermos a evolução que incidiu durante os anos e, já vislumbrar, possíveis futuros de ocupação por novas gerações.

O valor de memória desse capítulo é uma metáfora para incorporarmos esse fenômeno comunicacional dentro da história do consumo audiovisual pós-convergência e pós-digital. É um chamado para considerarmos que o *streaming* já faz parte do uso e cotidiano dos espectadores, ao ponto que, 10 anos atrás, tinha outro tipo de conotação,

presença, importância para a história e para os fluxos que predominavam naquele contexto. Portanto, essa construção, parte da expansão de uma problemática que, até então, era fixa em fluxos hegemônicos e/ou trata o *streaming* como algo ainda localizado no imaginário da sociedade, enquanto o mesmo já é uma realidade posta.

A subjetividade, ao ser entendida como um espaço de reflexão, cognição e conexão, passa a ser parte de um processo relacional entre a tecnologia e o sujeito usufruidor. Dessa forma, notamos a dialogia entre o mundo “externo” e o mundo “interno”, cada vez mais combinados de forma dissociativa. Uma combinação entre experiência e formação, que nessa pesquisa também incorpora a dimensão histórica como parte de um processo que sintetiza o sujeito, suas emoções, sentimentos, pensamentos, reações, etc.

Para Rolnik (2022) a ideia de subjetividade é caracterizada por fluxos e rearranjos constantes. Essa abordagem parte do pressuposto da dissolução de identidades fixas, para absorções e transformações de influências externas. A autora inspira sua ideia a partir da “antropofagia”, propondo uma visão que critica a passividade e propõe uma convergência de práticas criativas e dinâmicas, o que transcende hierarquias culturais pré estabelecidas.

Somando os estudos construídos por Suely Rolnik e Félix Guattari, precisamos ressaltar que a subjetividade não implica um processo de posse, mas de atravessamentos que são construídos a partir de encontros particulares, com outros sujeitos, acontecimentos, fenômenos, gerações e múltiplos efeitos que insurgem sobre quem de fato nos compreendemos e somos compreendidos.

A subjetividade é produzida por agenciamentos de enunciação. Os processos de subjetivação ou de semiotização não são centrados em agentes individuais (no funcionamento de instâncias intrapsíquicas, egoicas, microsociais), nem em agentes grupais. Esses processos são duplamente descentrados. Implicam o funcionamento de máquinas de expressão que podem ser tanto de natureza extrapessoal, extraindividual (sistemas maquínicos, econômicos, sociais, tecnológicos, icônicos, ecológicos, etológicos, de mídia, ou seja, sistemas que não são mais imediatamente antropológicos), quanto de natureza infra-humana, infrapsíquica, infrapessoal (sistemas de percepção, de sensibilidade, de afeto, de desejo, de representação, de imagem e de valor, modos de memorização e de produção de ideias, sistemas de inibição e de automatismos, sistemas corporais, orgânicos, biológicos, fisiológicos e assim por diante). (GUATTARI; ROLNIK, 2013, p.39)

Do ponto de vista comunicacional, a subjetividade se refere à multifatores combinados e justapostos – condicionados a qualidades políticas, históricas, econômicas, tecnológicas, psicológicas, entre outras. Esse conjunto, por ser baseado em

pontos de partidas distintos, conecta-se como parte dos adventos psico-técnico-sociais que os fluxos e linguagens digitais emergem em meio a conectividade e dos fã.

Esse capítulo é uma indagação sobre: o *streaming* é realidade ou subjetivação? Ou seja, o tempo de exercício da Netflix, permite-nos dizer que já temos características históricas, tecnológicas e cognitivas que estão associadas a esse fluxo de mídias? Podemos dizer adeus a um modelo de distribuição fixo, tendo como argumento a alteridade da dinâmica comunicacional, e um consumo audiovisual que exige novas linguagens e conexões? Ou, estamos caminhando cada vez mais para nos aproximarmos: fluxos contemporâneos com arquiteturas comunicacionais que antecedem a chegada da Netflix?

Contudo, ao percorrermos os passos já dados pela provedora, encontramos uma ligação indissolúvel com outras estruturas e fluxos audiovisuais. Não temos intuito de tratarmos enquanto dualismo a Netflix e a Televisão, muito pelo contrário. Não há um vácuo tecnológico que expresse drasticamente uma ruptura entre ambos modelos de distribuição. A verdade é que sempre houve, e continuará existindo, uma interferência entre essas dinâmicas. Ao ponto que, tanto a TV ditou (e ainda dita contextos para a web) como, com mais presença, a Web também interfere na programação televisiva e seus modelos de negócio.

O estudo da memória do *streaming*, ao incluirmos as características fundantes da Netflix, não é um resultado inflexível. Estamos explorando um espaço digital que também é formatado por experiências estéticas, justificáveis para a fruição de um espectador. Esse pensamento é nítido quando levamos em consideração a noção deliberativa da comunicação a partir desse tipo de fluxo, ou seja, o poder de decisão em mãos após uma reflexão e experiência prévia, através da inteligência humana ou artificial (ou combinadas).

Essa atividade estética é erguida a partir da fragmentação de outras fruições que, ao se justapor, evidenciam um fluxo de mídias que, não é datado cronologicamente, mas já está intrínseco ao consumo contemporâneo audiovisual.

Por mais que possa parecer repetitivo, essa não é uma ideia nova, mas um olhar básico para compreendermos que a comunicação e novas gerações são determinadas por contextos temporais e pela própria tecnologia vigente.

Por mais arrojado que o *streaming* se porte ao consumo digital, outros extratos históricos também permitiram ápices de consumo, diante o que a tecnologia escavada naquele momento dava acesso. Designamos memória da Netflix para uma abordagem

que permite recolher, na contemporaneidade, uma captura temporal que sinaliza um passado não tão distante, e um futuro ainda mais próximo.

De fato, o que iremos tratar a seguir é considerado, para essa pesquisa, uma evolução para a comunicação, sobretudo para os fluxos, linguagens e para os jovens. Mas não poderíamos negligenciar que outras tecnologias e modelos de negócios também foram disruptivos em momentos distintos ao qual esse estudo está inserido. Não iremos nos aprofundar nessa fundamentação, mas sim, considerar que houve um aumento da velocidade da dinâmica comunicacional e a Netflix tinha em mãos esse acelerador ao ser pioneira no *streaming*.

Uma das características mais fascinantes dessa captura temporal é justamente a complexidade de realizar esse recorte. Tentemos tornar mais claro essa afirmação. Se esse capítulo propõe o estudo histórico da Netflix, já iniciamos essa exploração afirmando o quão difícil é capturar um instante estático para a sociedade que encontra-se em constante devir pelos fluxos.

Seguindo na tentativa de tornar ainda mais elucidativo, convido-os para refletirmos a ideia do que consumimos ontem. Ou até mesmo minutos atrás. Digamos que você, que está lendo essa pesquisa, assistiu uma série ficcional através do seu *smartphone*. Logado na Netflix. As possibilidades desse consumo e das mudanças permitidas pelo mesmo alternam-se de pessoa para pessoa. E esse consumo instantâneo, ubíquo e singular, permite uma deformação temporal que é quase impossível segurar em mãos.

Podemos até pausar uma série, mas não pausamos o entorno digital que a série está inserida. Não temos a possibilidade de interromper o fluxo de mídias. E aí que está o mais fascinante, em nossas mãos, para esse estudo, iremos considerar uma transmutação que o advento do *streaming* possibilitou. Levando em consideração que não é uma mudança do estado das coisas, mas sim, uma alteridade que é oscilante, instável e veloz.

Pausar a história para encontrarmos informações sobre/para a Netflix é uma tarefa desafiadora. Pois o contraste desse objeto observado é percebido por diferentes pontos de vistas, tempos cronológicos, valores culturais, perspectivas mentais, aparatos tecnológicos, entre outros pontos de contato. Talvez, por isso, o termo memória seja tão bem empregado para esse capítulo, afinal não há história da Netflix se não houver transmissão. Assim como não há transmissão, se não considerarmos as construções e

direcionamentos já dados, e que estão por vir, da provedora para o habitat digital que se insere.

O estudo das descrições históricas a seguir é uma exposição da plataforma em constante movimentação, ou seja, por mais que exista uma fragmentação para explanação das ideias, não há formas de desacelerar, pausar e interromper sua temporalidade. Contudo, o verdadeiro interesse não consiste em realizar essa rigidez, mas sim, considerar que estamos rodeados por fluxos e elementos que são adicionados nesses espaços contemporâneos, tornando essa história, um lugar de múltiplos tempos, visões, consumos e dinâmicas.

#### **4.1. *TIMELINE* HISTÓRICA DA NETFLIX**

Como dito, passaremos brevemente pelos anos iniciais da Netflix, até atingirmos sua chegada no Brasil e toda América Latina. A empresa iniciou as atividades em 1997, por Reed Hastings e Marc Randolph. A ideia surgiu a partir do aluguel de mídias físicas, ou seja, os DVDs, entregues pelos Correios nos Estados Unidos da América.

Em 1998 a empresa passou a contar com seu primeiro site, aumentando a possibilidade de acesso para a compra e locação dos títulos que eram disponibilizados. Em 1999 o serviço adquiriu uma nova roupagem para o modelo de negócios de locações: um formato que concedeu maior flexibilidade aos seus assinantes, exterminando as multas por atraso ou um limite específico da quantidade de escolha dos títulos alugados (que ainda eram mídias físicas).

Nos anos 2000, uma grande inovação passou a ser associada ao serviço: a possibilidade de indicação de títulos de acordo com a personalização do site e consumo prévio. Em outras palavras, um desempenho muito similar aos algoritmos, tal qual conhecemos hoje. Essa recomendação personalizada nutria um banco de dados dos assinantes conforme os mesmos avaliavam os títulos já alugados, um efeito de ação e reação abiótico. “O Cinematch, serviço de recomendação da Netflix, usava padrões de uso dos usuários para sugerir filmes, comparando gostos similares e recomendando com base em perfis semelhantes.”<sup>7</sup> (OJER; CAPAPÉ, 2013, p. 6).

---

<sup>7</sup> Tradução livre realizada pelo autor do trecho: In the year of 2000, they introduced the Cinematch service, a personalised recommendation system from Netflix in which patterns of usage among users were compared, seeking similarities in taste and using the information to recommend films to people with similar profiles.

Segundo as autoras, uma das percepções recebidas pela Netflix após essa personalização, consiste em observar que os assinantes alugavam títulos que não eram estritamente populares, mas sim, a combinação entre a sugestão da plataforma com os perfis consumidores. Portanto, para Ojer e Capapé, o público pôde descobrir produtos desconhecidos, e os estúdios conseguiram comercializar obras difíceis de publicar em maior escala.

Em 2002 a Netflix passou a ocupar o mercado financeiro através da NASDAQ. Em 2003 acumulou mais de um milhão de assinaturas. Em 2005, outra mudança demarcou um posicionamento dentro da cultura digital, sobretudo sobre a cultura participativa: a criação de perfis dentro do site. Esse recurso não permitia a conversação, assim como hoje ainda não permite, mas já possibilitava ao assinante uma participação nesse consumo personalizado: a criação de listas de interesse por usuário.

A partir de 2006 a Netflix alcançou a marca de 5 milhões de assinantes e talvez isso já fosse o suficiente. Entretanto, em 2007 o serviço de *streaming* foi criado e passou a ser oferecido. Por cada dólar que o assinante pagasse, ele poderia ver uma hora de vídeo, tudo isso através de streaming via computador e abrangendo um catálogo composto por cerca de 1.000 filmes e séries de televisão. (OJER; CAPAPÉ, 2013).

Conforme esses números, a Netflix tornou-se uma das pioneiras na oferta de conteúdo através de uma assinatura mensal, permitindo aos pagantes consumirem seus filmes de maneira similar ao modelo popularizado pelo YouTube. Ao final desse primeiro ano, a empresa já contava com 7,5 milhões de assinantes.

Na apropriação de outros aparelhos, a partir do ano de 2008, a empresa firmou parceria com outras gigantes, que transportaram o serviço para seus dispositivos, como, por exemplo, X-Box, Blue-Ray e codificadores de TV (ainda não eram as *Smart TVs*).

Em 2009 a empresa foi reconhecida pelo seu bom desempenho nos algoritmos, o que aumentou a precisão da personalização da plataforma em 10%. Nesse mesmo ano a Netflix avançou para as *Smart TVs* (aparelhos televisivos que se conectam à internet) e chegou a marca de 10 milhões de assinantes. Talvez agora seria o suficiente, mas não foi.

A provedora inaugurou sua expansão global em 2010, tanto territorialmente, como também pela ubiquidade da comunicação. Nesse ano ela começou a ser oferecida no Canadá e, ao mesmo tempo, em dispositivos móveis. Ou seja, a Netflix passou a ocupar mais espaços “físicos” e “digitais”.

Dessa forma, atingimos o nosso ponto de partida dentro do período temporal de estudo: em 2011 a Netflix incluiu Brasil, toda América Latina e Caribe em sua abrangência. Distribuindo seu serviço via *streaming* em todo o continente Americano. Com a repercussão de sua chegada nacionalmente, é interessante analisarmos algumas passagens feitas pela mídia (com conteúdos nos portais de notícias e blogs) para analisarmos o que foi a inauguração brasileira sob a ótica da imprensa:

A matéria publicada pelo TecMundo, em 30 de dezembro de 2010, foi a mais antiga quando buscada com o termo “Netflix Brasil 2011” no Google. Nessa postagem, ainda tratava-se da Netflix Brasil como um rumor, ou seja, uma possibilidade do serviço ser inserido em nosso território.

Há pouco mais de duas semanas, apareceu um rumor acerca do lançamento dos serviços da Netflix (locação de filmes e seriados via streaming) no Brasil e na Espanha. De fato, ontem a empresa confirmou sua expansão mundial para fora dos Estados Unidos e Canadá, porém ainda não há informações sobre onde o serviço será ofertado, nem como funcionará exatamente.

Caso o rumor seja verdadeiro, em 2011 teremos a Netflix no Brasil. Isso significa que por meio do pagamento de uma mensalidade fixa, você poderá assistir a quantos filmes e seriados quiser. Para isso, bastará acessar o site do serviço, realizar o login e carregar a programação – é como se fosse uma espécie de YouTube, com a diferença de você ter acesso a conteúdo que antes estaria disponível somente via TV a cabo. (TECMUNDO, 2010)<sup>8</sup>

Dando sequência nessa abordagem midiática quanto a inauguração do *streaming*, um ponto interessante de incorporação é a competitividade de uma empresa que já oferecia um serviço similar ao da Netflix em território nacional. Conforme uma publicação feita pela Folha de São Paulo (2011), a chegada da Netflix no Brasil resultaria em uma competição com outra empresa nacional já em funcionamento na região Sul e Sudeste: a *NetMovies*.

Nessa mesma matéria, há um fragmento de Daniel Topel, fundador da *NetMovies*, quanto à competitividade que se desenvolveria a partir dessa expansão. Para ele: “Estamos preparados para a concorrência. Temos uma marca forte já consolidada e uma proposta de assinatura bastante completa”. (FOLHA DE S. PAULO, 2011)<sup>9</sup>. Infelizmente a história foi diferente do que continha no depoimento. Em novembro de

---

<sup>8</sup> Disponível em:

<https://www.tecmundo.com.br/tv-a-cabo/7308-netflix-anuncia-expansao-mundial-em-2011.htm>. Acesso em 02 de jul. de 2022

<sup>9</sup> Disponível em: <https://www.en.investe.sp.gov.br/news/post/netflix-plans-launching-in-brazil/>. Acesso em 02 de jul. de 2022.

2015, ou seja, quatro anos após a Netflix se fixar no Brasil, a *NetMovies* entrou em declínio e foi vendida para a *Looke* (outra provedora de streaming). Em 2020 seu acervo foi disponibilizado gratuitamente via YouTube ou pelo aplicativo com mesmo nome de fundação.

Portanto, o pioneirismo do *streaming* no Brasil, não foi exclusivamente da Netflix, entretanto, vale retomarmos que a *NetMovies* não atendia todo o território nacional em 2011. Com isso, entre as controvérsias, podemos dizer que houve um ineditismo por parte da Netflix no Brasil ao oferecer o serviço de *streaming* para todo o país a partir de 2011.

O lançamento não foi pauta apenas no Brasil. O *Financial Times* (jornal Estadunidense) fez uma abordagem válida para termos conhecimento. Conforme a matéria publicada digitalmente pelo jornal em maio de 2011, a expansão da Netflix estaria alinhada com grandes emissoras da América Latina, incluindo a Globo no Brasil. Segundo a passagem do conteúdo: “O grupo com sede na Califórnia está negociando a aquisição de novelas e outros conteúdos do Grupo Televisa e da TV Azteca do México e da Globo do Brasil.<sup>10</sup>” (FINANCIAL TIMES, 2011)<sup>11</sup>. Naquele momento a Globo não quis se posicionar.

Essa pontuação é um ponto curioso para nossa compreensão, tendo em vista o posicionamento da maior emissora brasileira em optar por não vincular seus conteúdos na Netflix em 2011. Anos depois, mais precisamente em 2015, a Globo inaugurou sua própria distribuição via *streaming*, o GloboPlay (que iremos retomar futuramente nessa pesquisa).

As matérias anteriormente mencionadas tratavam a Netflix Brasil enquanto possibilidade. Não estava concreta a chegada do serviço em toda América Latina. Entretanto, a partir do dia 05 de setembro de 2011, data oficial divulgada pela própria empresa, o serviço de *streaming* da Netflix iniciou-se nesses territórios. Com todas as características já mencionadas anteriormente, mas com um diferencial comercial interessante para pontuarmos: 1 mês de uso gratuito.

Essa estratégia comunicacional poderia passar despercebida, mas estamos estudando um serviço novo e que ainda não estava plenamente difundido em todo o

---

<sup>10</sup> Tradução livre realizada pelo autor: “The California-based group is negotiating to acquire telenovelas and other content from Grupo Televisa and TV Azteca of Mexico, and Globo of Brazil.”.

<sup>11</sup> Disponível em: <https://www.ft.com/content/aca4069c-79a6-11e0-86bd-00144feabdc0>. Acesso 02 de jul. de 2022.



nosso país, vide o que mencionamos da abrangência da *NetMovies*. Quando a Netflix chega ao Brasil e permite esse estilo de “degustação”, ela coloca nas mãos dos brasileiros um tipo de fluxo que os mesmos não estavam habitualmente integrados de forma gratuita, assim como a televisão aberta.

Vale ressaltar que existiam outras formas de assistir conteúdos audiovisuais com o uso da internet que antecederam as provedoras *streaming*, entretanto, em suma maioria, ferindo os direitos autorais das obras. O *download* ilegal era (e ainda não foi exterminado) uma alternativa para consumir essas produções.

A inovação do serviço foi percebida em outras passagens, de diferentes matérias, que evidenciam a revolução que estamos considerando, a partir da distribuição desse serviço.

Posso cancelar minha TV por assinatura?

Melhor não, por enquanto. É um serviço ainda engatinhando no Brasil, embora já seja possível ter uma boa experiência, dependendo da sua conexão. Pelo preço de R\$15 (ainda mais com a opção de teste gratuito por um mês), é uma ótima opção para quem possui vários gadgets em casa - há a promessa de estrear também no iOS e Android, além de aparelhos como Xbox 360 e TVs com conexão à web.

Provavelmente ainda não vai ameaçar as TVs por assinatura no País, mas há uma boa chance de começarmos a ver uma revolução no modelo de assistir conteúdos como filmes e séries. Por enquanto, o serviço vale para curiosos. (TECHTUDO, 2011).<sup>12</sup>

Ainda não estava tão claro para a mídia brasileira quanto a presença e funcionalidade desse tipo de fluxo de mídias. Tanto na prática, quanto nos espaços acadêmicos, a Netflix ainda era associada à TV por assinatura, entretanto, desde o seu surgimento no Brasil, a fala de Reed Hastings (um dos criadores da Netflix) durante o evento de lançamento em São Paulo, já demonstrava a latência e potencialidade do serviço: A “Netflix não vai competir com TV por assinatura, e sim servir como um complemento dela” (TECNOBLOG, 2011)<sup>13</sup>.

Nesse evento de lançamento, a relação da expansão da Netflix para o Brasil também foi mencionada. É interessante pensarmos que a “cultura audiovisual” (RODOWICK, 1994) no Brasil é algo naturalizado diante a identificação cotidiana dos

---

<sup>12</sup> Disponível em:

<https://www.techtudo.com.br/noticias/2011/09/netflix-chega-ao-brasil-confira-o-review.ghtml>. Acesso 02 de jul. de 2022.

<sup>13</sup> Disponível em: <https://tecnoblog.net/noticias/2011/09/05/netflix-brasil/>. Acesso 02 de jul. de 2022.

espectadores. Afinal, temos do aparelho televisivo, e sua programação, uma tecnologia com narrativas já incorporadas na realidade da população. Reed Hastings afirma que “escolhemos o Brasil porque é um país com uma economia que cresce muito. Além da paixão que os brasileiros têm por vídeos. Quando testamos o serviço, não havia nenhum outro lugar como o Brasil, com tamanha paixão por vídeo” (G1, 2011)<sup>14</sup>.

Por mais que fosse o destaque, essa paixão não era exclusivamente brasileira, a Netflix segue crescendo e conquistando ainda mais seu público. A marca de 25 milhões de assinantes em todo mundo foi obtida em 2012, mas foi no ano seguinte que ela começou a se diferenciar, oferecendo outro tipo de inovação: títulos originais Netflix. Com esse tipo de produção, ela deixou de ser apenas uma replicadora de conteúdos e tornou-se uma verdadeira mantenedora audiovisual inscrita na cultura digital.

Com os títulos originais, a Netflix passou a contar com um conteúdo exclusivamente digital. Séries que só estão disponíveis através da assinatura da mesma e do acesso à internet. *House of Cards*, lançada em 01 de fevereiro de 2013, foi o primeiro título com essa associação de exclusividade do *streaming*. Junto com esse lançamento, um outro ponto é plausível de destaque: a forma como os episódios eram distribuídos. Em suma maioria nos títulos originais, todos os episódios ficam disponíveis em um único dia. Não sendo necessário esperar uma grade, um cronograma, ou mesmo, intervalos de tempo entre um episódio e outro.

Dessa forma, a Netflix mais uma vez retomava a similaridade com as locadoras: através da possibilidade de realizar maratonas e colocar os espectadores em uma fruição imersiva. Ou seja, assistir determinado material, sequencialmente, sem esperar, sobre o controle em suas mãos (pausar, avançar, voltar, acelerar, etc.).

Ainda em 2013 a série original *House of Cards* foi premiada com três estatuetas *Emmy* – a primeira vez que um serviço de *streaming* pela internet ganha a premiação. O *Emmy Award* é uma das premiações com maior prestígio entre programas e profissionais televisivos. E, ganhar esse prêmio, pareceu que a Netflix desafiava os fluxos audiovisuais. Como um serviço audiovisual, exclusivamente digital, poderia vencer os veteranos televisivos?

Sua qualidade expandiu as narrativas e também impactou as características tecnológicas em 2014. Neste ano a Netflix inaugurou a resolução 4K Ultra HD.

---

<sup>14</sup> Disponível em:

<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2011/09/netflix-chega-ao-brasil-por-r-15-por-mes.html>. Acesso 02 de jul. de 2022.

Disponibilizando uma imagem mais nítida e com maior qualidade. Dada como o ápice da tecnologia no quesito de resolução, estima-se que na proporção 16:9 (telas de celulares na horizontal, notebooks, TVs e o próprio cinema), essa resolução é próxima de 8 milhões de pixels.

As redes sociais digitais passam a ter mais evidência e participação no tráfego de usuários/espectadores. Ainda em 2014, a Netflix inaugura seu perfil oficial no Instagram para o Brasil, encontrado como @netflixbrasil<sup>15</sup>. Um marco interessante para refletirmos que a empresa opta por criar um perfil destinado exclusivamente para aproximar-se do público brasileiro. Com postagens em português e com alusões à realidade cultural e participativa do território nacional. Além disso, novas linguagens passam a ser combinadas ao conteúdo audiovisual entregue pelos títulos seriados, seja através dos memes, vídeos, fotos, etc. a Netflix inaugura um espaço de conversação, compartilhamento, combinações de linguagens e fluxos através do seu perfil no Instagram.

Em 2015, os conteúdos originais começaram a contar com outras línguas, além do inglês. *Club de Cuervos*, em português Clube dos Corvos, uma produção seriada original mexicana da Netflix, disponibilizada com áudio original em espanhol; e *Terrace House*, a primeira série original asiática da Netflix, tendo o Japão como país de produção desse reality show seriado. Ainda nesse ano a Netflix inaugurou o recurso de acessibilidade de áudio descrição, uma necessidade para possibilitar um consumo mais diverso e inclusivo.

A partir de 2016 outro diferencial chegou na plataforma: a possibilidade de *download* de determinados títulos. Esse recurso tecnológico é muito interessante para refletirmos ao emparelhamos com o modelo até então distribuído pela Netflix. O fluxo de mídias não fere os direitos autorais das peças, justamente porque o espectador não baixa para seu dispositivo a obra em si, mas assiste a mesma a partir de uma transmissão de dados obtidas pelo consumo da web.

Com a instauração desse *download*, não seria diferente. Os títulos ainda possuem seus direitos autorais resguardados, pois o *download* não é concluído para o dispositivo, mas para uma nuvem de armazenamento dentro do próprio aplicativo. Em outras palavras, só é possível consumir um título baixado, aqueles que possuem uma assinatura e estão logados com a mesma no aparelho. O destaque passa a ser que, após

---

<sup>15</sup> Perfil verificado da Netflix, disponível em <https://www.instagram.com/netflixbrasil>. Acesso 30 de mai. de 2022.

baixar o conteúdo audiovisual para essa nuvem, não há necessidade de consumo de internet.

No Brasil, nesse mesmo ano, a Netflix passou a contar com sua primeira série original nacional. O título *3% - Três por cento* foi disponibilizado na plataforma a partir de 25 de novembro de 2016. Esteve no topo dos *rankings* de muitos países como a série mais assistida de língua não inglesa. E foi renovada para outras 4 temporadas, além de receber a indicação como “Melhor Série de Drama” no Prêmio Ibero-Americano de Cinema Fênix.

Seguindo as festividades de premiações, em 2017 a Netflix conquista seu primeiro Oscar. Com o documentário original “Os Capacetes Brancos” de origem britânica. Essa narrativa retrata a história de um grupo de voluntários que protegiam sírios durante a Guerra Civil na Síria. E, mais uma vez, alcançar uma estatueta com tamanha relevância é a possibilidade de desafiarmos os fluxos audiovisuais. Afinal, estamos falando de um material que não foi necessariamente exibido em cinemas, mas pode ser reconhecido pela sua qualidade ao disputar com outras grandes produções cinematográfica-documentais.

Em 2018 há a consolidação da Netflix enquanto produtora audiovisual. A provedora agora produz, circula, vende, compartilha e torna-se o estúdio com mais indicações ao Emmy, totalizando 23 prêmios em um único evento. Em 2019 ganhou 4 Oscars com “ROMA” e “Absorvendo o Tabu”.

As evoluções também aconteciam paralelamente dentro da plataforma. Esse caráter também é um fator abiótico que o design e a experiência do usuário se faz presente. No ano de 2020 a plataforma inaugura a lista de “Top 10”. Algo que seria uma espécie de *charts* dentro da própria Netflix. Que ordena os títulos conforme o maior consumo obtido pelos próprios assinantes. Dessa forma, os espectadores ficam cientes daquilo que possui uma alta circulação dentro da dinâmica da Netflix de distribuição audiovisual.

Em janeiro de 2020, a Netflix Brasil realizou a primeira edição do *Tudum*. Um evento presencial que reuniu fãs das produções originais, com os atores e atrizes. Realizado em São Paulo, o evento contou com mais duas edições, ambas digitais. Mas que evidenciou e colocou o protagonismo dos fãs nesse tipo de entrega e tráfego de espectadores.

Outro ponto importante a ser considerado é que a partir de 2020 é instaurado a pandemia da Covid-19. E muito se especula sobre as possíveis consequências que a

distribuição *streaming* teve com esse tipo de interferência. Afinal estávamos diante de outra revolução e rever as rotas era necessário. Foi perceptível que a Netflix encontrou-se em uma nova “corrida pelo ouro”. Mais *streamings* passaram a ocupar espaços demográficos que antes ela tinha plena exclusividade. No Brasil, além da Netflix, no ano de 2020, as empresas GloboPlay, Amazon Prime, Disney +, entre outras, já estavam em funcionamento nessa disputa.

Uma hipótese possível, porém a ser questionada, é que os mercados fora dos EUA, são essenciais para existência da Netflix, tanto no que diz respeito aos espectadores, como também suas produções originais. No ano de 2021, a série sul-coreana *Round 6* tornou-se o título mais assistido no mundo através da provedora. São perceptíveis quantos paradigmas a Netflix rompeu nos últimos 10 anos de sua existência. Como, por exemplo, uma série, que não possui uma estrutura clássica, não é pautada por características mundialmente comercializadas, exibida globalmente e com grande notoriedade entre seus espectadores.

Nesse mesmo ano, a Netflix comemorou 1 década de existência no Brasil. Com um catálogo mais preenchido com produções brasileiras e uma participação ativa dos fãs nas redes sociais digitais. Ainda nesse capítulo iremos focar nessa comemoração a partir da ótica e abordagem coletada pelo monitoramento das redes oficiais da plataforma.

Como marco celebrativo dos 10 anos, a Netflix Brasil circulou um presente oficial para seus fãs. Um almanaque impresso e digital que também iremos abordar a seguir. Com todas essas evoluções mencionadas, coletadas a partir do site da própria Netflix e aprofundada com paralelos obtidos por meio do resultado de mais de 5 anos de pesquisa, vale pontuarmos que estamos retratando preceitos que incluem-se em termos psico-técnico-sociais.

São características dissociativas, que partem da demanda dos próprios espectadores e/ou da evolução dos aparatos tecnológicos vigentes a partir do avanço da web. Como já dito, um fluxo dinâmico dentro de um habitat retroalimentativo. Que segue demandas pautadas por múltiplas direções, contextos de fruição e temporalidades que são combinadas e emergem uma potência como a Netflix.

Ao explorarmos a plataforma, através dos seguintes passos: login e senha no site [www.netflix.com.br](http://www.netflix.com.br) > selecionar a opção “séries” > gênero “programas e séries brasileiros”. Encontramos, até a data de 02 de julho de 2022, 67 títulos seriados de

origem brasileira. Desse montante, 35 são originais Netflix, ou seja, 52,23% dos títulos brasileiros são exclusivos para o consumo dado pelo fluxo de mídias.

Diante essa informação, as séries originais brasileiras, seguindo a ordem cronológica de lançamento mais recente, são: A sogra que te pariu; 3 Toneladas: Assalto ao Banco Central; Maldivas; Temporada de verão; De volta aos 15; Casamento às cegas – Brasil; Brincando com fogo – Brasil; Cidade invisível; Elize Matsunaga: Era uma vez um crime; É o amor: Família Camargo; Ideias à venda; João de Deus: Cura e crime; Bom dia, Verônica; Anitta made in Honório; Nasce uma rainha; Boca a boca; Mundo Mistério; The circle – Brasil o reality; Onisciente; O crush perfeito; Reality Z; Spectros; Coisa mais linda; Ninguém tá olhando; Sintonia; Irmandade; Lugar de Mulher; O escolhido; Bandidos na TV; Vai Anitta; Samantha; O Mecanismo; Super Drags; 3% - Três por cento.

Percorrido esse trajeto, algumas conclusões já são permitidas. A primeira evidência é elucidar que a Netflix esteve constantemente evoluindo sua tecnologia, linguagem e fluxos. A plataforma recebeu melhorias para os espectadores em diversos momentos, tornando um espaço de inclusão, participação e fruição do usuário que detém em mãos o poder de escolha. A produção original foi um marco competitivo e também revolucionário. A dinâmica comunicacional engloba diversas narrativas, com diferentes estéticas, distribuídas para toda área de cobertura da Netflix. Por fim, os fluxos estão em constante mutação. A web interfere na própria web.

Atualmente a empresa é vista como uma referência na economia criativa. Levando em consideração princípios empresariais que são mesclados às características que constituem sua atuação no ecossistema comunicacional digital. A combinação de inovação, agilidade, flexibilidade e adaptabilidade, são alguns dos que estão simultaneamente presentes no mercado e na academia. Afinal, pensar em fluxos, linguagens e gerações emergentes, é também refletir sobre pontos em constantes transformações.

A Netflix está mais para uma banda de jazz do que para uma orquestra sinfônica (MEYER; HASTINGS, 2020). Essa metáfora utilizada pelos próprios fundadores da empresa, também pode ser transportada para esse estudo. Sem adentrarmos nos méritos artísticos de cada expressão musical; a provedora escreve e interpreta sua própria partitura. Singulariza linguagens. Sobre põe fluxos. Evidencia os fãs. Em vez de um único maestro decidindo a emissão de cada som.

Um equilíbrio entre o controle e a liberdade. A automação abiótica e a presença dos espectadores para o sucesso de cada título. Nesse sentido é necessário discorrermos que durante seus 10 anos no Brasil, a Netflix consolidou seu modelo de negócios mundialmente e, ao mesmo tempo, pôde tratar particularidades da sua atuação em cada contexto local/temporal que estava inserida.

Em outras palavras, ela aboliu um único maestro sobre todo o globo, e preferiu produzir diferentes tipos de sons, talvez conforme a dinâmica conectiva posta e mediada pelo caráter plural e tecnológico contemporâneo. Ainda segundo Meyer e Hastings (2020), regras e processos devem ser estabelecidas e seguidas para a padronização, similar a revolução e fluxo industrial. Porém, em uma sociedade de fluxos cognitivos, não considerar os pluricódigos atravessados na comunicação é um erro.

Na Netflix, estamos sempre debatendo nossa cultura e esperando que ela evolua continuamente. Para desenvolver uma equipe inovadora, rápida e flexível, deixe as coisas um pouco soltas. Dê boas vindas às mudanças constantes. Opere um pouco mais perto do limiar do caos. Não distribua partituras nem monte uma orquestra. Trabalhe para criar condições como no jazz e contrate funcionários que desejam fazer parte de uma banda de improvisação. Quando tudo se encaixa, a música é linda. (MEYER, HASTINGS, 2020, p. 323).

Por mais empresarial que a passagem acima possa ser, é inerente o âmago da reinvenção contida na essência da plataforma e do próprio fluxo de mídias. Um processo comunicacional infinito, que é expandido pela liberdade e conectividade da geração e tecnologia que combinam-se nesse habitat, que emergem diferentes sons, que ao serem combinados, formam uma verdadeira trilha sonora complexa para a cultura digital contemporânea.

Para Leal Machado (2021) a Netflix representa uma das empresas com maior impacto no ecossistema televisivo, afinal, conforme o autor, ela é responsável pela fragmentação das audiências e da dinâmica comunicacional anteriormente consumida pela TV.

Nessa visão, o ponto de contato entre os estudos está justamente nas produções originais, pois existem dados processados pela plataforma que são capazes de serem aplicados em universos ficcionais, aumentando a eficácia das narrativas e já “encomendando” obras que dialogam com mais proximidade do público, antes mesmo de assistirem. Essa reconfiguração do audiovisual é ainda mais tangível em ficções

seriadas, afinal são produtos que se adaptam a atual propagação, produção, consumo e formato comunicacional instaurado por um ambiente midiático.(ESQUENAZI, 2014).

Desta forma, a compreensão da plataforma que nos apetece dialoga com as ideias coletadas por Leal Machado a partir da obra de Lobato (2019), que ao compreender a Netflix, expõe características que determinam que sua estrutura está contida em combinações de diversas tecnologias de mídias e nos relacionamentos possíveis a partir dessas instituições midiáticas, governamentais, sociais, entre outras.

Lobato, portanto, define enquanto “metamorfo” a existência da Netflix. Palavra oriunda da mitologia que significa um ser com a habilidade de adotar diversas formas através de metamorfose, transfiguração, transmutação ou mimetismo. Essa combinação de múltiplas aparências está intimamente ligada a forma como a Netflix é promovida e percebida. Seu discurso durante esses anos apresenta uma oscilação que perpassa ora características televisivas, ora cinematográficas, ou ainda, algo totalmente mergulhadas na web.

Em suas negociações com o governo, a Netflix afirma ser um serviço de mídia digital – certamente, não a televisão, o que atrairia uma regulamentação indesejada. No entanto, em suas relações públicas, a Netflix se refere constantemente à televisão, por causa de sua familiaridade com os consumidores. Seu design de interface, por outro lado, prefere evocar a experiência do cinema. Enquanto isso, seu modelo de negócios por assinatura tem ecos de TV paga, mas seu sistema de recomendação algorítmica é pura nova mídia. Em outras palavras, a Netflix é uma tecnologia híbrida que corrige uma série de tecnologias de mídia anteriores em diferentes aspectos de sua operação, e essa combinação de associações está constantemente mudando (LEAL MACHADO, *apud* LOBATO, 2019, s/p).

Com esse pensamento podemos relacionar a presença da Netflix na esfera comunicacional pós-convergente. Logo, conforme Lobato (2019), a mantenedora não pode ser enquadrada como qualquer outra plataforma digital, pois dessa forma estaríamos perdendo características singulares de distribuição de mídias que conectam hibridismos televisivos, cinematográficos e digitais em suas linguagens, narrativas, fluxos e públicos. Arquitetando um conjunto de conexões que são expandidas em experimentações que possibilitam espaços da interatividade, não-linearidade, inteligência artificial, ramificações entre redes sociais digitais, transmídia, etc.

Esse espaço “metamorfo” é ao mesmo tempo performático ao pensarmos sobre os hibridismos nele contidos. Nesses 10 anos de atuação no Brasil, a Netflix manteve características estéticas tradicionais, ao mesmo tempo que remodelou-se constantemente. Foi capaz de otimizar a inteligência em sua estrutura e absorver demandas dos espectadores em suas produções originais. Moldou o consumo do país



para uma expansão além da grade televisiva, conseguindo dispor de suas obras não mais em uma programação, mas sim em um catálogo. Listagem essa que organiza-se em gêneros, lançamentos, mais assistidos, sugestões e tantas outras personalizações que surgem a partir de um relacionamento entre os dados dos usuários e a fruição que possuem nesse habitat.

Contudo, podemos dizer que estamos presenciando e participando de uma trajetória migratória entre os pontos extremos da televisão e das plataformas digitais. Ainda segundo Lobato (2019) há mudanças na paisagem da televisão digital que são transpostas para a distribuição pela internet, ocasionando a “liberdade” de conteúdos que não seguem programações lineares (p.25).

Como consequência, novos modelos tornam-se urgentes, inclusive de precificação e legalização de serviços. Apenas em 2015 que a Netflix passou a contribuir com taxas nos EUA e, no Brasil, algo um pouco mais complexo ainda está em tramitação. No enquadramento da Constituição Federal de 1988, no art. 156, III<sup>16</sup>, há autonomia para a cobrança de impostos no que se enquadra o Imposto Sobre Serviços (ISS), também conhecido como Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISSQN), como o próprio nome sugere, são tributos cobrados das empresas que prestam serviços.

Em 2017, foi aprovado em São Paulo, pela Câmara dos Deputados a tributação de 2,9% de imposto sobre serviços de aplicativos de *streaming*, como Netflix e Spotify<sup>17</sup>. Em 2023, a Comissão de Assuntos Econômicos aprovou a inclusão desses serviços na lista das empresas sujeitas ao pagamento de uma taxa destinada ao incentivo da indústria audiovisual brasileira. Segundo o relator, Eduardo Gomes (PL-TO), as plataformas digitais poderão contribuir com até 3% sobre a receita bruta.<sup>18</sup>

Torna-se inevitável não refletirmos sobre os preceitos psico-tecno-sociais que atravessam a Netflix. Afinal ela sustenta um "sistema de software sociotécnico" de

---

<sup>16</sup> Art. 156. Compete aos Municípios instituir impostos sobre: III - serviços de qualquer natureza, não compreendidos no art. 155, II, definidos em lei complementar. (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 3, de 1993) (Vide Emenda Constitucional nº 132, de 2023). / Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza - ISS. Art. 156, III, da Carta Política. Opção constitucional pela limitação da capacidade tributária dos municípios por meio da atribuição à lei complementar da função de definir os serviços tributáveis pelo ISS.

<sup>17</sup> Disponível em:

<https://www.estadao.com.br/economia/camara-aprova-cobranca-de-imposto-sobre-netflix-e-spotify/> .

Acesso: 06 maio 2024

<sup>18</sup> Disponível em:

<https://www12.senado.leg.br/radio/1/noticia/2023/11/22/cae-aprova-criacao-de-impostos-sobre-servicos-d-e-streaming#:~:text=A%20COMISS%C3%83O%20DE%20ASSUNTOS%20ECON%C3%94MICOS,3%25%20SOBRE%20A%20RECEITA%20BRUTA>. Acesso: 06 maio 2024

caixa preta (LOBATO, 2019, p. 35), que obscurece sua posição como mediadora de "comunicação, identidade e política" (LOBATO, 2019, p. 35). Ou seja, ramificações que permitem impactos em inúmeras cadeias e arranjos da sociedade. Como mencionado anteriormente, até a necessidade de revisão da constituição do nosso país, a qual não previa a tributação e regulamentação de serviços tão disruptivos como o *streaming*.

Todas essas manifestações que interferem na mentalidade, tecnologia e toda sociedade levam em consideração a dimensão que a Netflix ocupa em seu caráter transnacional, ou seja, simultaneamente nacional em uma estrutura mercadológica; e cosmopolita ao executar linguagens e fluxos em seus conteúdos disponibilizados.

Dessa forma, a Netflix se apoia nas culturas locais enquanto busca remodelá-las. Para Lobato (2019, p. 160) a Netflix promove uma forma de imperialismo cultural por meio de uma curadoria algorítmica que privilegia seu próprio conteúdo em detrimento das escolhas regionais. No entanto, isso gera uma situação de "ambos/e em vez de um ou outro", na qual o público transita/desconstroi facilmente esse conteúdo local, fora da plataforma, e programas originais, dentro da mesma.

Além disso, esses preceitos psico-tecno-sociais transformaram a Netflix, da mesma forma que ela realiza o inverso. Pois podemos pensar que estamos diante de uma realidade plural que reflete um serviço global, em outras palavras, o consumo e dinâmica audiovisual sendo distribuídos em todo o globo através da internet.

Para Santos (2018) a produção de séries do século XXI tem sido reconhecida por inovações temáticas, estéticas e narrativas, consagradas pelas instâncias do campo como "televisão de qualidade", principalmente o que se refere a contextos marcados pela complexidade das narrativas e que consolidam as séries originais da Netflix. Afinal, conforme a autora, trata-se de ferramentas conceituais operacionalizadas para sustentar esse processo de produção, distribuição e consumo desses produtos. Em outros termos, a produção de séries contemporâneas é marcada por elementos que validam e legitimam a perceptível emergência e diferenciação da produção original Netflix.

Esses conteúdos são entremeios do portal *streaming*, tendo em vista a curadoria que está por trás da plataforma. Trata-se de refletirmos sobre um acervo construído baseado na identidade, visão e posicionamento da empresa, mas sem esquecer dos sujeitos participativos. Para Santos (2018), conforme os pensamentos de Lotz (2017), a curadoria é o que difere a grade de programação televisiva. Se organizarmos sistematicamente, de um lado encontramos o catálogo arquitetado e pré-ordenado para os consumidores da Netflix conforme os algoritmos; do outro, uma grade televisiva

síncrona e linear, baseada na “hora marcada” e não no interesse do consumo “aqui e agora”, ou *on demand* - em tradução “sob demanda”

Mais uma vez, tocamos em um momento histórico para a distribuição do audiovisual: os modelos de receitas de ambas as transmissões. Se a televisão visa reter o espectador frente a sua programação, o *streaming*, além dessa retenção ao consumo, também lucra em assinaturas mensais. A principal diferença está no formato de acesso e retenção, o que culmina, seguindo as autoras, estratégias e oportunidades que resultam na maior conexão e identificação possível entre o público e essas interfaces, linguagens, fluxos, etc.

#### 4.2. 10 ANOS DOS MELHORES FÃS

A demanda nos habitats digitais é uma ligação interdependente entre quem disponibiliza algum conteúdo, com aquele que consome esse material. Isso porque esse espaço depende de ambos, ou seja, sua existência e manutenção são pautadas pela renovação dessa conversação.

Neste estudo, pensando na Netflix, a afirmação acima torna-se ainda mais precisa. A plataforma, com o catálogo de séries, por exemplo, precisa de espectadores para consumir aqueles títulos. Ao ponto que, em determinado momento, esses mesmos espectadores necessitam de mais produções que possibilitem a permanência daquele consumo e fruição.

E podemos avançar ainda mais. Não existiriam redes sociais digitais, se não houvesse esses tipos de trocas e participações. Dito isso, convido-os para refletirmos sobre a Cultura Participativa (JENKINS, 2009) em duas esferas, sobretudo diante dois momentos temporais.

Ao pensarmos a introdução do advento da internet nas produções comunicacionais, nos deparamos com uma demanda de participação social que também ocorreria no contexto digital. Entretanto, vale ressaltarmos que, seguindo a noção de espaços de fluxos, “(...) a Internet é uma rede de comunicação global, mas seu uso e sua realidade em evolução são produtos da ação humana sob as condições específicas da história diferencial” (CASTELLS, 2003, p. 12).

O que inicialmente era posto enquanto uma necessidade ainda a ser incentivada, hoje já é uma realidade inerente a nossa presença nesses espaços hiperconectados. Somos indivíduos contemporâneos, que já possuímos a internet enquanto reminiscência

cultural. Entre tantos pontos, há paradigmas estéticos e temporais que já foram internalizados a partir do uso da tecnologia, inclusive ao abordarmos o consumo pelo *streaming*.

Se em 2011, como mencionado anteriormente, a Netflix era algo incompreendido, hoje, é ela que busca compreender seu entorno. Se o público naquela instância não identificava-se com as alteridades permeadas pelo fluxo, hoje, as novas gerações, já não reconhecem outra dinâmica e possibilidade de acesso.

Estamos de fato em (r)evoluções constantes, conforme Wolff (2015) menciona. Mas vemos emergir uma particularidade que torna a cultura participativa uma movimentação inquietante, superpovoada e instantânea. Para Lemos (2004) trata-se de um sujeito ativo, decisivo, que quanto mais tem em mãos o controle, maior será sua participação. Jenkins (1992) em seus primeiros estudos, já tratava a comunidade fã, por meio de cinco vetores interpretativos: maneira individualizada de recepção; singularização de interpretações; ativismo da comunidade; particularidades da produção, tradição e estética; formação e reunião da comunidade.

Vale ressaltar que nos amparamos dessa conceituação para refletirmos a presença dos fãs hoje, inclusive agora, nesse momento, utilizando seus perfis e interferindo em alguma esfera comunicacional. O curioso para esse pensamento é deslocar esse *prosumidor* (BRUNS, 2009) para um lugar que ainda está em crescimento, mas já não é o mesmo de segundos atrás.

Um fã que compartilha ou recria determinado conteúdo, já adquire uma experiência e performance estética que torna da sua produção e existência, agentes constantemente apropriados, recirculados e reinterpretados. É nesse ambiente que novas gerações encontram possibilidades de conexões que transcendem os antagonismos entre on-line e off-line.

Uma ambiência ecossistêmica que os públicos se misturam e adquirem novas conotações. Afinal é um sujeito complexo, participativo, que detém conhecimento para comentar, criar, propagar, entre outras tarefas, de forma a nutrir todo esse habitat. Ora, os fãs são para esses ecossistemas, a força motriz de reinvenção e alimentação.

Inseridos nessa comunidade, participam intrinsecamente e reconfiguram seus papéis na cultura contemporânea digital. Um entrelaçamento de consumidores, usuários, espectadores, criadores, produtores... esse sujeito hiperconectado fã, demarca uma geração já disposta a receber e carregar essas interferências ao submergir para ambientes digitalizados.

Esse papel híbrido, tal qual Bruns (2009) sintetiza com *prosumers* é também um marco significativo social para o surgimento de novas (re)combinações geracionais. Pois, são grupos, faixas etárias, modelos de consumo e perspectiva que assemelham-se por pontos comuns dados pela incorporação da tecnologia ao cotidiano dessas pessoas, independentemente de estarem cientes desse fato, ou já lidarem com esses fluxos e linguagens como algo “naturalizado”.

Nos interessa refletir sobre uma geração fã, ou seja, composta por características que assemelham esse consumo, mas, ao mesmo tempo, possibilitam a participação criativa e interpretação crítica individualizada. Quando mencionamos a pós-convergência e/ou ecossistema comunicacional digital, tratamos por entender a combinação sistêmica de polos vistos como díspares, para uma interdependência coletiva e sujeitocêntrica simultaneamente.

Ao explorarmos a Netflix é nítido notarmos essas características. Pois, a mesma evidencia e trata como protagonismo o uso dessa geração em suas produções. É válido entendermos que existe uma inteligência artificial por trás, com intuito de decodificação e *business intelligence* capazes de descreverem seu público conforme o mesmo o consome. Todavia, essa geração também nutre uma inteligência natural, pois, existe sentimento e subjetivação nos laços, elos, identidades e representações estabelecidas nessa relação de cumplicidade erguida pela empresa e seus espectadores.

Não estamos defendendo a Netflix e tratando a mesma como um ponto fora da curva do segmento capitalista mercadológico. Mas, sim, fazendo uma reflexão de como a mesma consegue inserir essa combinação abiótica e biótica em cenários da cultura digital.

Seus títulos originais são astutos para tal, ao combinarmos a demanda dos fãs e a disponibilização de produtos que já são “encomendados” para o sucesso em espaços participativos, tais como as redes sociais digitais. Seria muito despretenso pautarmos a propagabilidade como um advento reduzido a viralização. Esse entendido como um ato impensável de compartilhamento passivo. Não há passividade no consumo digital, muito pelo contrário, por vezes esses espaços se tornam “pequenos” próximos da potencialidade ativa de participação da geração fã. E a Netflix sabe disso.

Nos seus 10 anos de funcionamento no Brasil, sua campanha de comemoração tinha a seguinte frase: “10 anos dos melhores fãs”. Seria uma coincidência? Acreditamos que não. Todo o conteúdo então disposto era um convite para que essa geração retomasse a história da empresa erguida por esses sujeitos. Séries de sucesso,

momentos com alta interferência dos espectadores, o que estava por vir (já prevendo o sucesso e identificação dessa comunidade) e, acima de tudo, o emparelhamento de hábitos que já são comuns ao contexto digital por parte da juventude.

A popularização do acesso à Internet e a introdução massiva dos dispositivos móveis com possibilidade de conexão, fizeram com que esse público mais jovens optasse por consumir produtos audiovisuais de ficção em telas diferentes dos do cinema ou da programação da televisão. Optando por um consumo individualizado, personalizado e imediato quando e onde quiserem. (OJER; CAPAPÉ, 2013).

Nesse caso, pensar em 10 anos da Netflix é afirmar que são 10 anos de fãs nutrindo e consumindo esse habitat. Ambos não existiriam separadamente. Portanto, a seguir, iremos abordar dois materiais que comprovam a geração de fãs ativamente presente para a mantenedora. Tais materiais circularam por diferentes fluxos e permitiram a contaminação de linguagens em espaços digitais e também materializados por encontros interpessoais físicos, sempre mediados pela internet.

Nosso intuito, a partir do percurso proposto, é refletirmos sobre as ativações psico-técnico-sociais que a Netflix impactou sua geração de fãs, e como essa geração também tem um papel de destaque, ao ponto de ser titulada como “os melhores fãs” nos últimos 10 anos para a empresa e seus títulos.

#### **4.3. TUDUM E ALMANAQUE: EXPANSÃO DE FLUXOS E LINGUAGENS PARA/COM OS FÃS**

O termo “Tudum” foi criado e estilizado pela Netflix Brasil. Trata-se de uma onomatopeia, ou seja, uma palavra que procura imitar por aproximação determinado som, nesse caso, o toque sonoro emitido antes do início de alguma produção original Netflix.

Você já deve ter assistido determinada série na plataforma que uma espécie de tambor sonoriza essa vinheta. Seria, em outras palavras, um carimbo editorial que demarca as obras originais assistidas através da própria Netflix. O “N”, também encontrado no logotipo da empresa, dissolve-se em linhas, que ousamos assemelhar a fluxos possíveis que se expandem na narrativa.

Fato é que o termo Tudum tornou-se uma marca registrada para a Netflix, sobretudo no Brasil. A palavra começou a circular nas redes sociais digitais a partir do ano de 2020, com a brincadeira da criação de um novo verbo: “tudumzar”.

No início desse mesmo ano, mais precisamente dia 29 de janeiro de 2020, a Netflix criou um festival próprio, com intuito de aproximar diferentes realidades e planos para uma mesma ambientação. O evento com nome Tudum, em sua primeira edição, contou com participações de artistas nacionais e internacionais que estavam conectados às produções e/ou público consumidor.

Inevitavelmente precisamos reforçar que esse evento era destinado aos fãs. Não há o que contestar nesse ponto. Afinal, a proposta desse encontro era possibilitar a combinação de um fluxo audiovisual consumido, com a experiência de contato físico e pessoal, com uma narrativa que parecia ganhar vida sobre os palcos. Em 2020 o evento ocorreu exclusivamente no país de criação, o Brasil, na cidade de São Paulo, no Parque Ibirapuera, entre os dias 25 e 28 de janeiro.

Ao acessarmos a programação disponibilizada naquele contexto, é importante notarmos os convidados e as relações que os mesmos possuem com uma geração jovem e fã. Não iremos nos adentrar em nome por nome, mas, para registro, abaixo constam as participações artísticas que compuseram esse primeiro encontro oficial de fãs da Netflix: Larissa Manoela, Jottapê, Christian Malheiros, Bruna Mascarenhas, Projota, Whindersson Nunes, MC Soffia, Anavítoria, Tropkillaz, Kevin o Chris, Amanda Ramalho, Giovanna Ewbank, Karol Conká, Melim, Plutão Já Foi Planeta, Maisa Silva, Lana Condor, Noah Centineo, Gretchen, Vítor diCastro e Mandy Candy.

Ainda em 2020, uma segunda edição do evento Tudum ocorreu, dessa vez de forma online, tendo em vista a Pandemia da Covid-19 instaurada nesse período. Entretanto, há uma possibilidade para refletirmos a participação na conexão e divulgação da Netflix ao se combinar com os fãs, dessa vez, sem limitação geográfica e física em um único ponto no Brasil.

Uma oportunidade de evidenciar o valor de pertencimento e as produções originais que estavam por vir no catálogo da provedora. Assim como na primeira edição, esse evento seguia sendo uma exclusividade para o público brasileiro, tanto pelos nomes envolvidos, como também pela estrutura disponibilizada, afinal era um evento digital com idioma português e personalidades com alto valor de identificação de espectadores nacionais.

O Tudum, segunda edição em 2020, ocorreu entre os dias 3 e 5 de novembro, e contou com a participação de: Maisa Silva, Marília Mendonça, Noah Centineo, Anitta, Gloria Groove, Alexia Twister, Lucas Bravo, Ashley Park, Foquinha, Yankel Stevan, Ana Valeria Becerril, Pabllo Vittar, Jottapê, Mila, Joel Courtney, Christian Malheiros,

Bruna Mascarenhas, Felipe Castanhari, KondZilla, Lellê, Danilo Mesquita, Emicida, Thiaguinho, Madison Reyes, Charlie Gillespie, Leah Lewis, Alexxis Lemire, Thalita Rebouças, Klara Castanho, Kíria Malheiros, Fernanda Concon, Júlia Gomes, Giovanna Lancellotti, André Luiz Frambach, Jorge López e Gabz.

Ambas as edições tinham um formato de *talk show*, muito consumido no contexto audiovisual. Separado por painéis, os atores e atrizes davam prévias de novos títulos originais que seriam lançados no decorrer do ano, além de shows musicais e humorísticos com outros convidados. É interessante também pontuarmos, que em ambas as edições o protagonismo era direcionado aos fãs e as produções nacionais. Tanto que as participações são predominantemente, de brasileiros(as).

Entretanto, outras séries, já de sucesso na plataforma, também participaram, trazendo atores e atrizes que o público brasileiro conhece através dos produtos audiovisuais originais consumidos na Netflix.

Percebidas as devidas proporções e destaques dos fãs e das produções originais, no ano de 2021, o evento Tudum se expandiu. A iniciativa brasileira tornou-se global e, assim, nasceu o “Tudum: um evento mundial para os fãs”. Podemos notar que o novo nome do evento já deixa claro seu propósito: gerar proximidade e conteúdos para os fãs.

A terceira edição, agora global, também ocorreu de maneira remota, no dia 25 de setembro de 2021. O esquema desse grande especial audiovisual manteve-se com o formato de entrevistas, painéis e bastidores dos títulos originais da Netflix, porém, agora, em proporções globais.

A lista de participantes tornou-se maior, afinal muitos países estavam sendo retratados através daquele evento. Lilly Singh, Dwayne Johnson, Matt Duffer, Gaten Matarazzo, Ross Duffer, Joe Keery, Álvaro Morte, Jason Bateman, Jonathan Majors, Idris Elba, Jeymes Samuel, Kevin Hart, D Smoke, Maisa Silva, Bruna Marquezine, Manu Gavassi, Maitreyi Ramakrishnan, Neeti Mohan, Kedar Williams-Stirling, Julio Peña, Clara Galle, Eric Masip, Guillermo Lasheras, Natalia Azahara, Hugo Arbués, Emilia Lazo, Maite Perroni, Alejandro Speitzer, Finn Wolfhard, Caleb McLaughlin, Radhika Apte, Sanjay Leela Bhansali, Nicola Coughlan, Charithra Chandran, Simone Ashley, Jonathan Bailey, Neil Gaiman, Tom Sturridge, Kirby Howell-Baptiste, Chris Hemsworth, Sam Corlett, Frida Gustavsson, Leo Suter, Georgina Rodríguez, Lee Seung-gi, Eun Ji-won, Kim Heechul, Kai, Park Na-rae, Jo Bo-ah, John Cho, Jennifer Aniston, Adam Sandler, Imelda Staunton, Elliot Page, David Castañeda, Tom Hopper, Emmy Raver-Lampman, Robert Sheehan, Aidan Gallagher, Ritu Arya, Matthias



Schweighöfer, Nathalie Emmanuel, Stuart Martin, Ruby O. Fee, Guz Khan, Zack Snyder, Deborah Snyder, Wesley Coller, Colin Kaepernick, Greeicy Rendón, Nick Kroll, Jennifer Lawrence, Adam McKay, Millie Bobby Brown, Louis Partridge, Henry Cavill, são os nomes dos convidados para a 3ª edição do Tudum.

Para representar as produções nacionais, a Netflix Brasil contou com a participação de Maisa Silva, Bruna Marquezine e Manu Gavassi, todas envolvidas em produções futuras da plataforma com seus títulos originais. Apesar de serem muitos nomes, é interessante buscarmos que profissionais de referência no mercado audiovisual, seja ele televisivo ou cinematográfico, passam a se associar à Netflix. Dando sequência a relevância de suas produções e destaque do público como agente dessa transformação e demanda.

Com esse devido protagonismo, ainda relacionando o termo Tudum, a Netflix Brasil seguiu com materiais de expansão para a participação da geração de fãs. Dessa vez, através de um livro físico, chamado de *Almanaque Tudum: os 10 anos dos melhores fãs*. Esse conteúdo impresso era, também, um produto comemorativo. Os fãs precisavam se cadastrar gratuitamente no site e, após alguns dias, recebiam em casa esse almanaque.

Talvez nessa ideiação do material, retomamos para a criação da Netflix: a distribuição de mídias físicas pelos Correios. Mas, não iremos nos adentrar nesse ponto. Nos interessa refletir os intuitos pelos quais a Netflix resolveu circular essa mídia em todo território brasileiro.

Esse questionamento é válido ao refletirmos sobre a dinâmica comunicacional digital da provedora que ocorre exclusivamente pelo uso da internet. Entretanto, esse material, impresso, não se conecta à web. Certo? Errado! Ele foi todo construído pensando na aproximação, identificação e propagação possível a partir dos fãs.

São fluxos sobrepostos e interdependentes que ficam evidenciados quando o on-line e off-line se combinam. Por mais que seja uma mídia física, todo o seu conteúdo foi estruturado e pautado por fluxos e linguagens digitais.

No apanhado geral desse almanaque, os fãs, mais uma vez, são donos da história dos 10 anos da Netflix no Brasil. Isso porque, a cada novo “tudum”, na verdade, são os fãs consumindo e reconfigurando esse espaço. Seja através da série, ou através de uma capa espelhada no almanaque que reflete a imagem dos melhores fãs.

E, mais uma vez, a Netflix Brasil não parou. Todo o material comemorativo contava com um chamado dos fãs para participação. De chapeuzinho de aniversário, ao

tradicional e brasileiríssimo brigadeiro. As páginas do almanaque representam um convite de honra para os fãs celebrarem os 10 anos de presença do consumo *streaming* através da provedora audiovisual no Brasil.

Dito isso, entre as muitas formas de compartilhar e se engajar através desse material, iremos pontuar apenas a interseção de outras linguagens, que também foram originadas através do Tudum. Trata-se de um remix, um desafio que acontecia nas redes sociais digitais da Netflix Brasil, que convidava seus fãs para realizarem uma coreografia ao som de uma música que reuniu cantores comumente consumidos pela geração jovem de fãs<sup>19</sup>.

O Tudum Remix<sup>20</sup> recebeu o slogan de “a trilha da nossa festa de 10 anos”. O clipe faz referência a obras “clássicas” da Netflix, ou seja, populares para a geração. Mesclando cantores, ritmos, preceitos psicológicos, tecnologia e as identidades sociais. Mais uma vez, reafirmando o poder e necessidade de participação nesse contexto digital intrínseco por quem produz, mas ativamente direcionado a quem consome, reconfigura e participa.

#### 4.4. MONITORAMENTO DAS REDES

Para sequência da exploração histórica da Netflix no Brasil, iremos avançar para um monitoramento realizado nas redes sociais digitais da provedora. Para esse estudo, o perfil analisado foi o *@netflixbrasil* no Instagram. Conta oficial da empresa desde agosto de 2014, aproximadamente 3 anos após iniciar sua atividade em território nacional.

Esse monitoramento leva em consideração a ausência de materiais oficiais da Netflix. Ou seja, poucas informações que retratam a história e os dados da empresa. Dito isso, uma alternativa metodológica foi justamente buscarmos nessas postagens, um tom de voz e um posicionamento extraoficial que pudesse ser combinado nessa pesquisa.

O que nos interessou durante esse monitoramento foi a maneira como a Netflix comunicou e divulgou a celebração de 10 anos de atividade no Brasil. Mais especificamente, buscamos indícios que pudessem servir como enunciado, por parte da

---

<sup>19</sup> O remix reuniu Piseiro, Trap, Pagode, Pop e Samba Reggae na voz de Duda Beat, Péricles, Mari Fernandez, BK' e Olodum.

<sup>20</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=MO-zDgGuZpE>. Acesso 02 de jul. de 2022.

empresa, para demarcar um período temporal de comemoração e, para nós, a demarcação tecnológica e o impacto diante a circulação e acesso pelos fluxos de mídia.

Para que pudéssemos ter maior amostragem sobre esse monitoramento, os objetos monitorados foram as postagens realizadas no *feed* da conta. Esse tipo de conteúdo é percebido como uma “vitrine” para os perfis. Uma modalidade de publicação que permite que a postagem não tenha uma “data de validade” de 24 horas, como o *stories*. Além disso, permite outras particularidades quanto os formatos, exemplo: vídeos, fotos, carrossel (um álbum com até 10 fotos/vídeos postados de uma única vez).

Esse monitoramento também expressa um registro histórico da mantenedora. Tendo em vista a carência de materiais mencionada, coletar esses conteúdos e informações, é uma oportunidade para deixarmos registrado esse tipo de interpretação crítica.

Algumas etapas foram elencadas para que fosse sistematizada todo o acompanhamento de dados. Iniciemos pela 1. Coleta: definimos uma amostragem temporal de início e fim desse monitoramento. Como nosso estudo compreende um “aniversário”, era fundamental que a data oficial, 05 de setembro, estivesse incluída nesse calendário. Todavia optamos por ampliar cronologicamente essa coleta. Iniciando, portanto, dia 01 de agosto de 2021 e finalizando com a primeira postagem do dia 01 de novembro de 2021.

Essa data foi escolhida levando em consideração a hipótese que a Netflix poderia divulgar previamente seu aniversário, e que poderiam ter conteúdos remixados e ainda sendo compartilhados um mês após a data. Então, em suma, os meses completos analisados foram: agosto, setembro e outubro de 2021.

Para um monitoramento mais direcionado, optamos por uma 2. Classificação. Nessa etapa, muito conectada a uma análise de conteúdos, elegemos uma categorização de cada postagem realizada no período mencionado anteriormente. Essas categorias permitiram agrupamentos, que, por sua vez, admitiram que determinadas postagens estivessem em destaque.

Em síntese, as categorias foram pautadas pelo formato de cada post (única imagem, vídeo ou carrossel), pela temática que ela relacionava-se (comemorativa ou não aos 10 anos) e, principalmente, a combinação dos jovens fãs como elemento de propagabilidade e participação desses conteúdos (sim ou não).

Essas etapas consideram um 3. Objetivo para a análise, que consiste no questionamento: Como a Netflix se posicionou durante a celebração dos seus 10 anos de funcionamento na América Latina/Brasil por meio de seu perfil oficial do Instagram? Essa é a questão central para que possamos finalizar a etapa e contextualização histórica da provedora audiovisual nessa pesquisa.

Nessa coleta, ao todo, foram registradas 320 postagens seguindo as premissas do monitoramento: registro temporal; listagem das *hashtags* (palavras chaves hiperconectadas de interesse e categorização); vinculação das postagens com outros perfis; agrupamento das postagens; e, o destaque passa postagens específicas direcionadas aos 10 anos.

Como resultados obtidos a partir desse monitoramento, das 320 postagens recolhidas, 44,4% (142 posts) são carrosséis; 34,4% (110 posts) são vídeos; e 21,3% (68 posts) uma única imagem – podendo ser um meme, foto, imagens dos bastidores, montagens, entre outros gêneros e linguagens da web.

Algo que já nos chama atenção diante desses números é a quantidade de conteúdo realizada nesta rede para seus fãs. 320 postagens diferentes, durante 3 meses, corresponde à 3,55 posts por dia, ininterruptamente. Além disso, é interessante percebemos nesse monitoramento empírico, como as linguagens são combinadas ao serviço da plataforma *streaming*. Há predominância em postagens de “álbuns”, mas em sequência, a linguagem audiovisual recebe uma considerável aparição na rede em questão.

Entretanto há outros pontos que nos chamam atenção: a frequência de postagens com a temática dos 10 anos. Do montante recolhido, somou 11 posts contendo alusão à celebração da Netflix Brasil. Nossa hipótese quanto às datas se comprova, pois o primeiro post foi realizado dia 22 de agosto de 2021, e o último dia 08 de outubro de 2021, ou seja, foram conteúdos compartilhados em outros meses, não apenas centralizados em setembro.

Com essa varredura, após a categorização e recorte na amostragem para os referidos 11 posts, percebemos que a temática monitorada representou 3,44% em todos os conteúdos que a mesma disponibilizou ao longo dos 3 meses que exploramos. Na segmentação pelos formatos e linguagens, encontramos 10 vídeos e 1 carrossel com essa temática (invertendo a predominância durante todo o período de monitoramento).

Emergindo essas postagens, uma em específico contextualiza a trajetória que compartilhamos até o momento, e também agrupa os produtos mencionados

anteriormente. Sempre levando em consideração o protagonismo dos fãs e a participação dessa geração imersa em fluxos e conexões.

O aprofundamento escolhido consiste no primeiro post feito pela Netflix sobre a temática. Trata-se de um vídeo, feito verticalmente, que contém as seguintes características: 3810 comentários; uso da #tudum com 19,3 mil posts relacionados; uso da #Netflix10anos com 77 posts relacionados; e a seguinte legenda:

O TUDUM voltou pra comemorar meus 10 anos de Brasil e o fato de que eu tenho os melhores fãs do mundo: vocês. Tem um novo Almanaque, uma Batalha de Fandoms vindo aí e mais surpresas chegando em breve. Link na bio pra fazer TUDUM comigo #TUDUM #Netflix10anos. (NETFLIX BRASIL -@netflixbrasil, 2021).<sup>21</sup>

A postagem cumpre o papel ao relacionar a temática dos 10 anos com a geração de fãs. Entretanto foram poucos posts realizados durante essa amostragem com essa combinação. Vale ressaltar que há um acordo de fluxos nesse conteúdo que precisa ser considerado. A própria legenda do post já indicava um produto contido além dos espaços das redes sociais digitais. A expressão “link na bio” é um chamado para que os seguidores cliquem em um hiperlink localizado na descrição da conta, levando os mesmos para outra página da web<sup>22</sup>.

Através desse tráfego, um possível intuito e interesse, pode acontecer justamente a partir do deslocamento desse fã para o site anteriormente descrito do Almanaque Tudum. O que é interessante para sobrepomos os fluxos nessa esfera do monitoramento, afinal, trata-se de uma expansão para outros ambientes também conectivos desse ecossistema. Os fluxos digitais geram outros fluxos digitais.

IMAGEM 01: Frames do vídeo de lançamento comemorativo dos 10 anos



Fonte: Instagram Netflix Brasil (2022).

<sup>21</sup> Post realizado pela Netflix, disponível em <https://www.instagram.com/p/CS64m1xlfEh/>. Acesso 13 de jun. de 2022.

<sup>22</sup> O link em questão é <https://www.tudumnetflix.com.br/>. Acesso em 03 de jul. de 2022.

O vídeo é nitidamente destinado aos jovens. Pela sua construção estética e todos os demais elementos que o compõem. Começando pela sonoridade característica do “tudum” representado em ritmo de funk. Mostrando prévias do almanaque e incentivando o cadastro gratuito para recebimento do mesmo. Mencionando que haveria uma batalha de *fandons* na programação. Anunciando surpresas futuras e terminando com a frase: *Vocês são tudum pra mim*.

A breve descrição da postagem permite que encontremos formas associativas do público jovem, proporcionando a identificação e a geração de desejo de pertencimento dentro dessa comunidade. Não iremos abordar os comentários, devido a grandiosidade, mas a título de menção, a maioria dos perfis comentou a respeito do cadastro e de como querem esse “presente”. Uma característica interessante para percebermos a adesão e participação dos fãs na distribuição desse material.

Por fim, mas não menos importante, encerrando esse agrupamento histórico no decorrer deste capítulo, percebemos uma informação atraente nesse monitoramento que não era previamente esperada. Durante o registro das postagens e a categorização, buscamos outros perfis oficiais da Netflix espalhados por todo continente Americano.

Nossa surpresa, portanto, foi perceber que o perfil oficial do Brasil é o que possui maior número de seguidores. Totalizando 31,2 milhões de seguidores na conta verificada brasileira. Enquanto isso, a conta @netflix (perfil oficial dos Estados Unidos, país de origem da empresa) reúne 30,2 milhões de seguidores. Uma diferença de 1 milhão de contas, ou poderíamos dizer: fãs?

A título de registro, a conta do Canadá (@netflixca) continha 796 mil seguidores. A do México (@netflixmx), 720 mil seguidores. E uma conta encontrada como “Netflix Latinoamérica”, com 23,5 milhões de seguidores. Alguns países não possuem perfil próprio, todavia não iremos prolongar esse número, tendo em vista nosso interesse no Brasil.

Para finalizarmos, acessamos o perfil no Instagram da maior emissora televisiva no Brasil e, também, o perfil do seu serviço *streaming*. Trata-se da Globo (no Instagram como @tvglobos) e GloboPlay (no Instagram como @globoplay), respectivamente elas possuem 13,1 milhões e 1,9 milhões de seguidores. Número bem abaixo da quantidade de seguidores da Netflix Brasil.

Essa pesquisa é uma oportunidade de estudo ao caracterizar uma geração de jovens fãs imersos em fluxos e linguagens conectadas. Pautando não apenas os

possíveis interesses, mas como a juventude interfere nessa produção e consumo, cada vez mais cotidiano na cultura contemporânea. Sendo essencial para preencher esses habitats digitais, tanto sendo espectadores críticos, como agentes de transformação do ecossistema comunicacional digital.

## 5. DINÂMICAS DAS SÉRIES ORIGINAIS NETFLIX

Nesta pesquisa concebo a Netflix como uma mantenedora do campo audiovisual. Em seus primeiros passos, a empresa operava sobretudo na circulação de suportes físicos; a migração para o meio digital e a revisão do modelo de negócios não apagaram essa origem. Por anos, a plataforma desempenhou basicamente o papel de distribuidora: canais e produtoras continuavam a conceber e deter os direitos sobre as obras, enquanto a Netflix funcionava como hospedeira, viabilizando o acesso online. Essa condição inicial ajuda a compreender as inflexões posteriores da plataforma no fluxo convergente da indústria audiovisual.

Esse papel de hospedagem manifestava-se na composição do catálogo com títulos originários de outras instâncias do circuito audiovisual em sua maioria produções estadunidenses em língua inglesa que já circulavam por vias tradicionais, como os canais televisivos, mas que passaram a ser disponibilizados sob uma nova forma de acesso: a distribuição online. Esse movimento não só ampliou os pontos de circulação dessas obras como também redesenhou a experiência de fruição, deslocando ritmos e mediando novas conexões entre conteúdo, plataforma e público.

Para reforçar sua presença global e facilitar a expansão territorial, a plataforma incorporou ao catálogo títulos já amplamente consumidos em escala internacional, escolhendo obras que funcionassem como âncoras culturais para novos mercados. Na chegada ao Brasil, por exemplo, referências de audiência pré-estabelecidas foram colocadas à disposição do público. Séries como *Friends* (1994), *Gilmore Girls* (2000) e *Gossip Girl* (2007) materializaram uma estratégia de familiaridade. Esse sucesso prévio não nasceu apenas da programação televisiva, mas também de práticas de consumo anteriores: locadoras, mídias físicas e até circuitos informais de circulação, ou seja, downloads e cópias não autorizadas, haviam contribuído para consolidar a visibilidade dessas obras antes de sua nova circulação em ambiente online.

Essa circulação de títulos pode ser lida como uma forma de repetição dos fluxos midiáticos, entretanto, com a chegada da internet e do *streaming* essa repetição altera sua base, ou seja, não se trata tanto da transmissão de novidades, mas de uma repetição ancorada na disponibilidade contínua do conteúdo. Pois o que muda é o modo de acesso irrestrito ao calendário de transmissão e não necessariamente a novidade dos próprios títulos, gerando um efeito de espelhamento dos acervos em outra plataforma dentro da lógica pós-convergente.



Os materiais concebidos originalmente para a televisão conservam vestígios formais do fluxo ao qual foram pensados. Esses sinais manifestam-se nas pausas de bloco organizadas para os intervalos comerciais, em marcas estéticas como trilhas sonoras, vinhetas de abertura e recortes de intervalo, e em estratégias narrativas de repetição e retomada, afinal, todos os elementos foram produzidos para o suporte “oficial” da obra, ou seja, a TV. Ao migrarem para o ambiente do *streaming*, tais marcas não desaparecem, antes, deslocam-se e reconfiguram a fruição, ressaltando as vias entre regimes de recepção distintos.

Nesse momento, os títulos figuravam no catálogo da Netflix, mas a plataforma não detinha controle sobre sua criação. Em grande parte tratava-se de representações cuja estreia já havia ocorrido na grade da emissora titular. Por isso o recorte cronológico assume papel central, sob a lógica do *broadcasting*, os episódios chegam ao público em dia e hora marcados, e a Netflix operava como uma via secundária, aguardando a exibição televisiva para, então, converter o material ao regime do *streaming*. Com exceções nas obras já finalizadas, essas podiam ingressar no acervo de uma só vez, mas essa inserção não confere a experiência de estreia, permanece sobretudo a condição de hospedagem.

Importa ressaltar que essa dinâmica persiste na plataforma e, para as emissoras tradicionais, configura uma oportunidade comercial significativa. Quando a grade televisiva se encontra saturada ou exige renovação de conteúdos, a circulação por meio do *streaming* oferece uma alternativa para manter títulos em exibição, seja pela reexibição dirigida a públicos que querem assistir novamente, seja para ampliar o alcance a novos espectadores. Nesse movimento, a hospedagem em plataformas digitais rompe os limites rígidos das grades, transformando-as em canais de alimentação contínua para os catálogos e possibilitando uma circulação permanente que retroalimenta tanto as emissoras quanto os provedores de *streaming*.

Havia, portanto, uma aliança de caráter retroalimentador entre a Netflix e esses veículos. De um lado, a plataforma precisava constantemente nutrir e ampliar seu catálogo, cujo próprio acervo podia, em determinados momentos, tender à saturação diante dos gostos e desejos dos assinantes; de outro, as emissoras encontravam na hospedagem digital uma forma de estender suas grades para além da rigidez horária, mantendo em circulação conteúdos que já não geravam mais ganhos significativos na exibição linear. Essa co-dependência opera nas múltiplas interpretações do sistema comunicacional pós-convergente, reconfigurando fluxos de visibilidade e receita, e nos

convoca a indagar até que ponto essa estratégia é, de fato, vantajosa e lucrativa para os atores envolvidos, lembrando sempre que, tratam-se de empresas com objetivos econômicos claros.

Os direitos autorais, nesse arranjo, são adquiridos por meio de contratos de cessão temporária que permitem à Netflix exibir determinados títulos em sua plataforma. A lógica é similar ao que ocorre quando emissoras de televisão compram o direito de exibição em outros territórios, a diferença está no alcance e na hospedagem digital proporcionados pelo *streaming*. Para as empresas produtoras, contudo, manter espaços próprios de distribuição poderia se revelar mais lucrativo do que terceirizar esse fluxo, ao transferirem seus conteúdos para a Netflix, abrem mão de parte significativa do valor gerado pelo consumo seriado, que passa a ser apropriado pela plataforma na condição de exibição e posse temporária. Ou seja, a Netflix ganha por algo criado por terceiros.

Podemos identificar aqui duas vias interessantes que se somam à capacidade da Netflix de reconfigurar o cenário comunicacional e ampliar seus lucros. Em vez de apenas pagar pela exibição de obras já prontas, permanecendo sujeita às limitações desse modelo, a empresa opta por produzir conteúdos próprios, dos quais detém exclusividade e posse integral. Nesse gesto, rompe-se a lógica de acordos estabelecidos com os canais televisivos e com a simples hospedagem de fluxos alheios, inaugurando um diferencial competitivo que a distingue de outros serviços de *streaming* e a reposiciona como produtora audiovisual, em patamar comparável às grandes corporações de cinema e televisão.

Num primeiro momento, esses títulos ainda eram produzidos em regime de parceria, em coproduções que uniam canais televisivos e a própria Netflix. Nesse acordo, já se observavam efeitos mais evidentes da cultura digital, uma vez que os episódios eram lançados simultaneamente no fluxo televisivo e na plataforma de *streaming*. Assim, o espectador não precisava aguardar a posterior disponibilização para assistir ao episódio semanal, embora a lógica de calendário fosse preservada, mantendo-se o ritmo de lançamentos episódicos semanais.

Ainda hoje existem títulos nesse modelo, especialmente aqueles concebidos em parceria exclusiva com uma emissora de determinado país e que, posteriormente, alcançam circulação global pelo fluxo de mídias da Netflix, aproveitando a abrangência territorial do serviço. No entanto, é no formato das dinâmicas dos originais que se observa a verdadeira inflexão sobre a qual esta tese se sustenta, ou seja, produções que

residem apenas na plataforma, acessíveis unicamente mediante conexão à internet e pagamento da assinatura mensal. São obras que conquistam visibilidade nas redes digitais, expandem-se pela divulgação e compartilhamento online e despertam no público o desejo de acesso, o que resulta na captação de novos assinantes e, por consequência, em um fluxo concentrado exclusivamente na Netflix, sem divisão ou terceirização.

Portanto, trataremos como “Original Netflix” sobretudo os títulos produzidos pela própria plataforma ou que, mediante acordos específicos, possuem seus direitos de distribuição exclusivos assegurados em determinado país ou território. Nesse escopo, podem estar obras integralmente encomendadas e financiadas pela Netflix, coproduções realizadas em parceria com estúdios locais, ou ainda produções de outros canais que, ao terem sua circulação licenciada de forma exclusiva, passam a ser identificadas como “originais” para o público daquela região.

Embora não seja o foco central desta tese, é importante notar que a produção original da Netflix não se limita apenas às séries. Atualmente, a plataforma oferece obras originais em todos os gêneros de seu catálogo: filmes, documentários, animações, jogos, *reality shows*, entre outros, todos disponíveis na plataforma conforme a dinâmica proposta.

Concluimos, portanto, que a marca "Original Netflix" revela-se menos uma indicação de autoria e mais uma estratégia complexa de distribuição e fortalecimento dos fluxos da marca, abrangendo diversos modelos de produção e licenciamento. O que a define é a exclusividade, ou seja, o conteúdo se torna disponível apenas na plataforma. Essa classificação opera em três dimensões principais. Há a produção encomendada, em que a Netflix assume total controle financeiro e criativo do projeto, do início ao fim; a coprodução, marcada por parcerias conjuntas com outros estúdios ou emissoras; e, finalmente, o licenciamento exclusivo, que permite à Netflix distribuir obras já existentes em outros territórios, garantindo sua exibição restrita em novos mercados. Em suma, o selo "Original Netflix" indica primordialmente acesso diferenciado ao acervo da plataforma e um rompimento da lógica de hospedagem digital, afinal a empresa dinamiza o controle das operações e fluxos da plataforma.

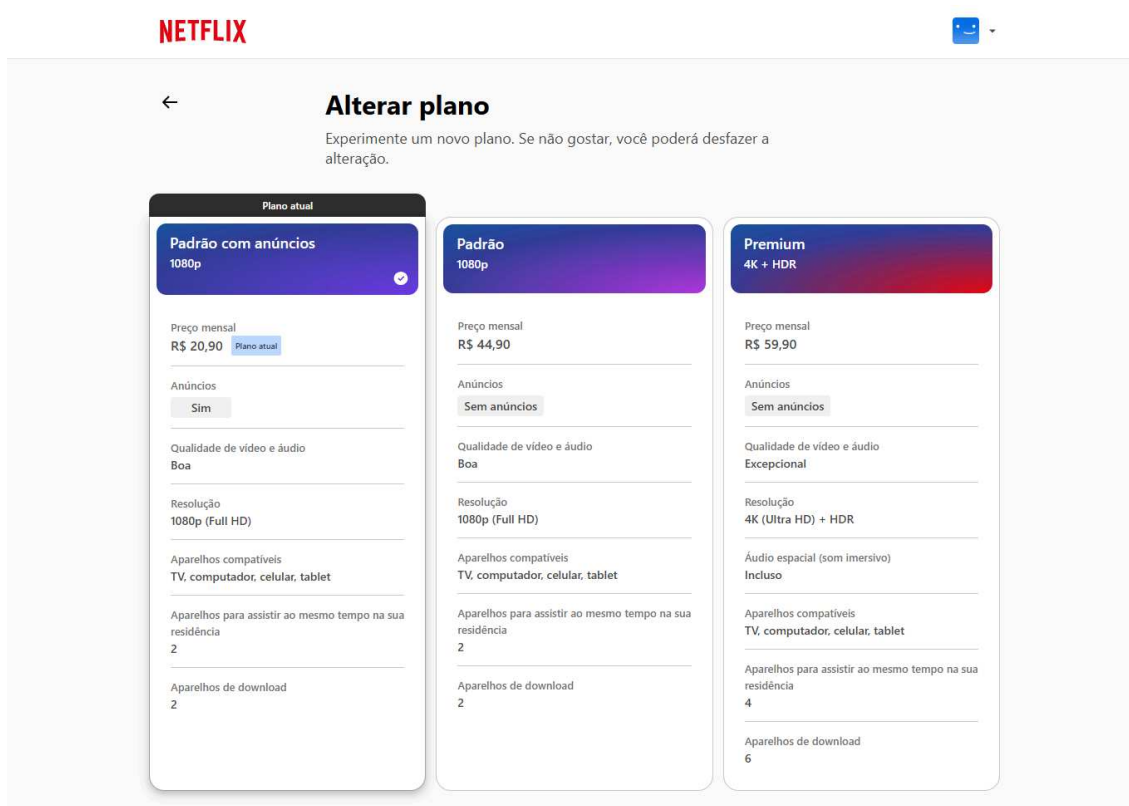
A compreensão dessas estratégias de exclusividade e gestão dos fluxos de conteúdo permite inserir os Originais Netflix em um contexto teórico mais amplo. Esse enquadramento possibilita relacionar a operação da marca a conceitos e debates consolidados na literatura sobre convergência midiática, produção e circulação de

conteúdos digitais. A proposta que se segue tem objetivo de traçar diferentes leituras pelas quais as plataformas de *streaming* estruturam ecossistemas de poder, modulação da audiência e circulação de conteúdos, oferecendo uma base crítica para os títulos seriados originais da Netflix.

### 5.1. EXPLORAÇÃO DOS ORIGINAIS NETFLIX

Para desenvolver uma leitura crítica dos Originais Netflix, foi criada uma conta na plataforma exclusivamente para esse fim em 24 de agosto de 2025. A escolha por uma conta recém-criada buscou evitar qualquer interferência algorítmica que pudesse influenciar a catalogação dos títulos originais. No momento da assinatura, estavam disponíveis três planos de mensalidade: 1. Padrão com anúncios (plano assinado); 2. Padrão; e 3. Premium. Detalhes sobre os valores, características e diferenciais de cada plano podem ser consultados na figura 2.

FIGURA 02: Tela com planos disponíveis para assinatura da Netflix



Fonte: Netflix, disponível em <https://www.netflix.com/ChangePlan>, acesso em 24 ago. 2025.

Ao criar a conta, os métodos de pagamento disponíveis eram restritos a cartão de crédito ou débito, ou a vales-presente da Netflix adquiridos em marketplaces. Após a conclusão da compra, era necessário selecionar pelo menos três títulos da plataforma; todos os escolhidos por mim foram Originais Netflix, que automaticamente passaram a integrar o campo “Minha Lista”, espaço destinado às obras que o usuário indica como de interesse. Os títulos selecionados para essa etapa foram: *Wandinha*, *Round 6* e *Black Mirror*.

A ideia de assinatura do plano com anúncios consiste em chamar atenção para uma modalidade que a Netflix passou a integrar no ano de 2022, por mais que fuja do caráter temporal proposto pela pesquisa, compreendido nos 10 anos de funcionamento da Netflix no Brasil, entre os anos de 2011 e 2021, no tópico a seguir será percebido que o consumo a partir da experiência desse fluxo apresenta diferenças nas fruições dos espectadores.

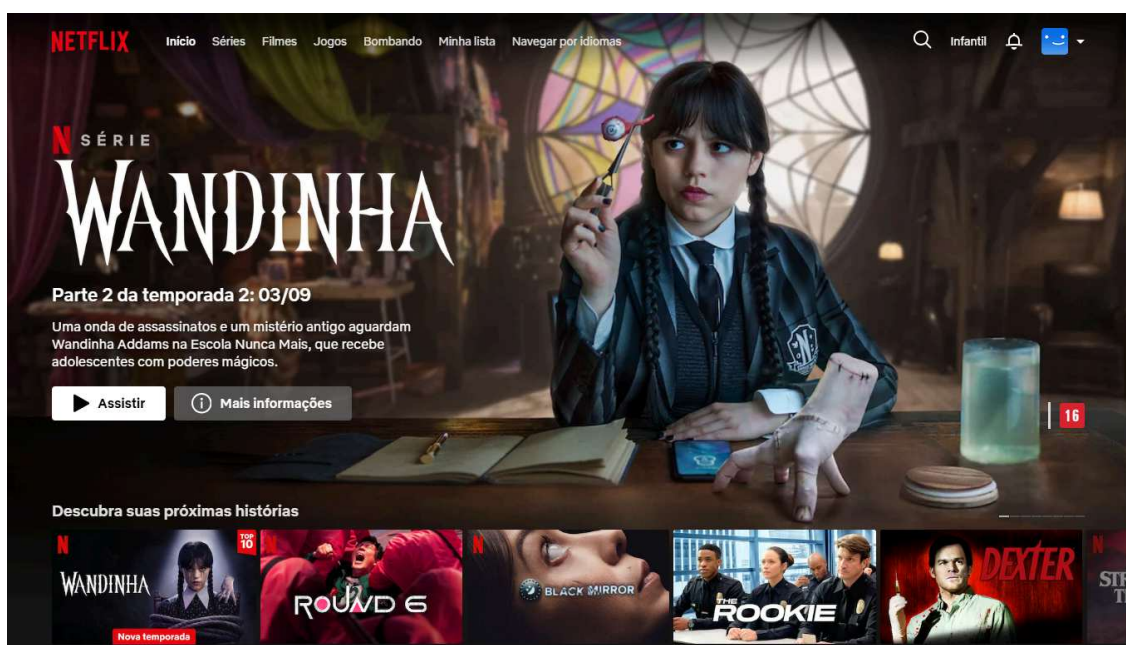
As imagens apresentadas neste capítulo foram obtidas diretamente da plataforma Netflix por meio de capturas de tela, com o objetivo de ilustrar o percurso de acesso aos títulos, bem como fornecer uma representação visual das séries e das informações iniciais disponíveis sobre cada uma delas.

Ao longo desta tese, constatou-se a complexidade de localizar todos os títulos e catalogá-los de forma sistemática, uma vez que a plataforma não oferece um filtro específico para identificar os Originais Netflix. Diante dessa limitação, optou-se pela elaboração de apêndices organizados da seguinte forma: o APÊNDICE A reúne as produções originais de língua inglesa, com quadros numerados distribuídos segundo os anos de lançamento, de 2013 (marco do primeiro título original) até 2021, encerrando o período estudado. Já o APÊNDICE B contempla as produções de não-língua inglesa, visando segmentar obras que se afastam da rota geográfica tradicional de produção audiovisual e que, ao mesmo tempo, dialogam com a expansão dos fluxos permitidos pelo streaming.

Os apêndices mencionados anteriormente fornecem o suporte necessário para a elaboração do diálogo a partir das séries originais selecionadas. Essa abordagem permite ao pesquisador inserir sua perspectiva sobre o tema, mantendo rigor acadêmico, mas sem impor uma rigidez científica excessiva. A leitura crítica, embora fundamentada em bases teóricas sólidas, admite maior liberdade na escrita, e a organização e uso dos apêndices reforçam essa dimensão crítica, sustentando a análise dos conteúdos originais da plataforma.

Ao acessar a plataforma com login e senha, estabeleceu-se o seguinte percurso. Na tela inicial, o primeiro banner exibido destacava a série *Wandinha*, enquanto a primeira fileira de recomendações trazia exatamente os três títulos previamente selecionados no momento da criação da conta. A figura 03 registra essa captura, onde se observa, na parte superior, um menu fixo que acompanha toda a navegação e se organiza em: Netflix; Início; Séries; Filmes; Jogos; Bombando; Minha lista; Navegar por idiomas. Além desse menu, no canto direito superior, aparecem ainda os ícones de busca (lupa), notificações e perfil do usuário, que permitem ajustes e configurações da conta. Importa destacar que não nos deteremos na análise detalhada de todas as telas e links disponibilizados pela plataforma, já que o foco desta investigação se concentra nas séries, em especial naquelas classificadas como originais.

FIGURA 03: Tela inicial Netflix

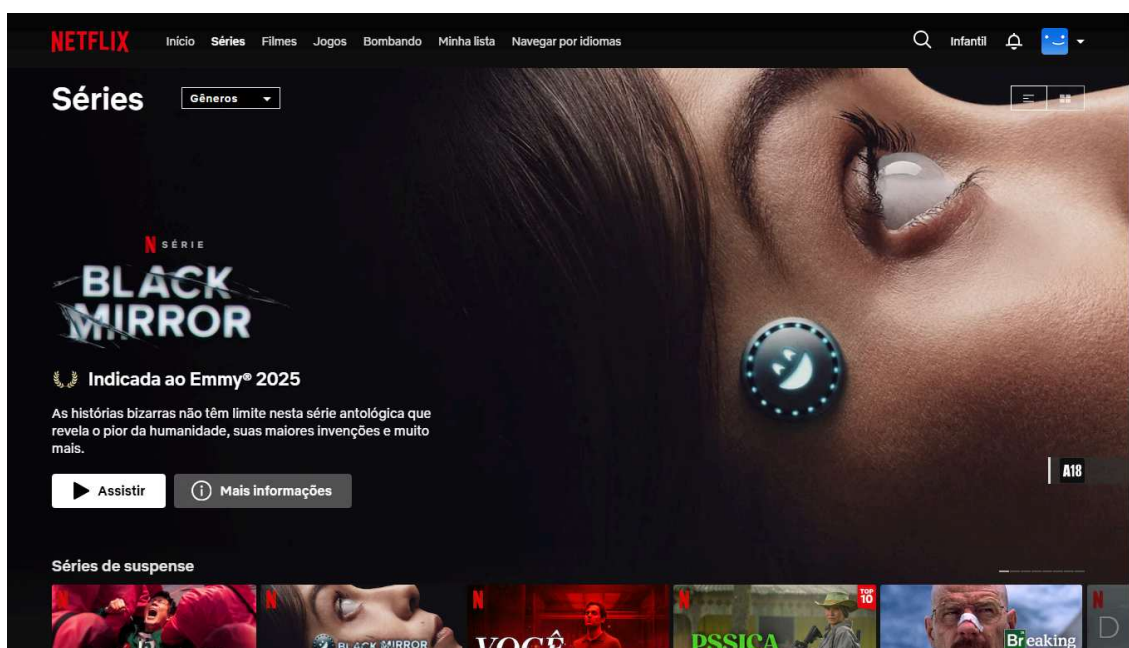


Fonte: Netflix, disponível em <https://www.netflix.com>, acesso em 24 ago. 2025.

Na figura 03, chama-nos a atenção o ícone em forma de “N”, posicionado acima do título *Wandinha*. Esse marcador atua como selo distintivo, indicando que se trata de uma produção original da Netflix. No caso específico, a inscrição “N Série” assinala que a obra corresponde a uma série original da plataforma. Observa-se, ainda, que as demais capas que exibem o mesmo símbolo correspondem igualmente a títulos que carregam essa marca de originalidade.

A navegação pela plataforma, quando orientada ao mapeamento integral do catálogo de produções seriadas, evidencia a lógica de design e a hierarquia visual que estruturam sua interface. Ao selecionar o ícone correspondente à categoria “série”, nota-se, como ilustra a figura 04, a exibição prioritária de um banner em destaque, associado, nesse caso, a uma série previamente sinalizada como de interesse do usuário. Tal recurso de personalização busca potencializar a experiência, guiando a atenção para conteúdos com maior probabilidade de engajamento. Contudo, para fins metodológicos de exploração do catálogo, o aspecto central reside na identificação dos mecanismos de filtragem e visualização situados no canto superior direito da tela. Ali se encontram dois ícones: um em formato de lista e outro em grade. Eles apontam para funcionalidades de reorganização do conteúdo.

FIGURA 04: Tela com a categoria Séries na Netflix



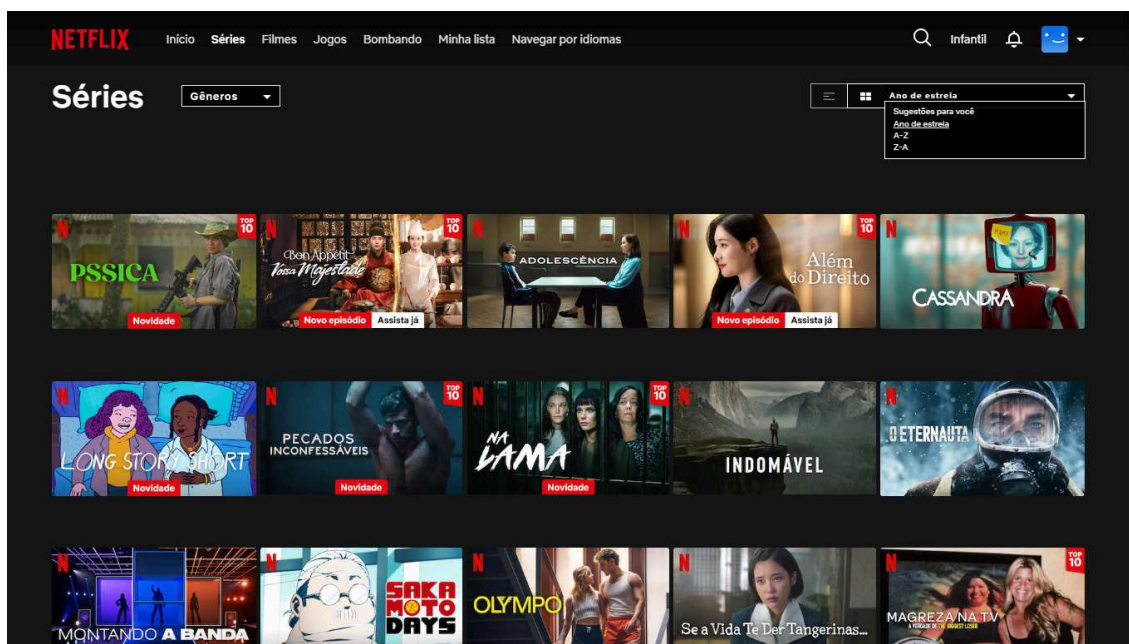
Fonte: Netflix, disponível em <https://www.netflix.com/browse/genre/83>, acesso em 24 ago. 2025.

O acionamento do ícone em formato de grade promove uma alteração na forma de apresentação do catálogo, como se observa na figura 05. Nesse modo de visualização, os títulos seriados são dispostos lado a lado, e a presença do logotipo “N” sobre as miniaturas de capa assegura a identificação imediata das produções Original Netflix. Na sequência, a figura também evidencia um menu suspenso já ativado, que disponibiliza diferentes opções de filtragem e ordenação, entre elas: “Sugestões para



você”, “Ano de estreia”, “A-Z” e “Z-A”. Tal recurso atua como um filtro organizador, reposicionando os títulos de acordo com o critério selecionado. Para os propósitos desta tese, a opção “Ano de estreia” foi escolhida, de modo a permitir a visualização, em ordem cronológica, do mais recente para o mais antigo, dos lançamentos de séries originais, relacionando o destaque do banner à presença do selo de originalidade.

FIGURA 05: Tela das séries organizadas na Netflix



Fonte: Netflix, disponível em <https://www.netflix.com/browse/genre/83>, acesso em 24 ago. 2025.

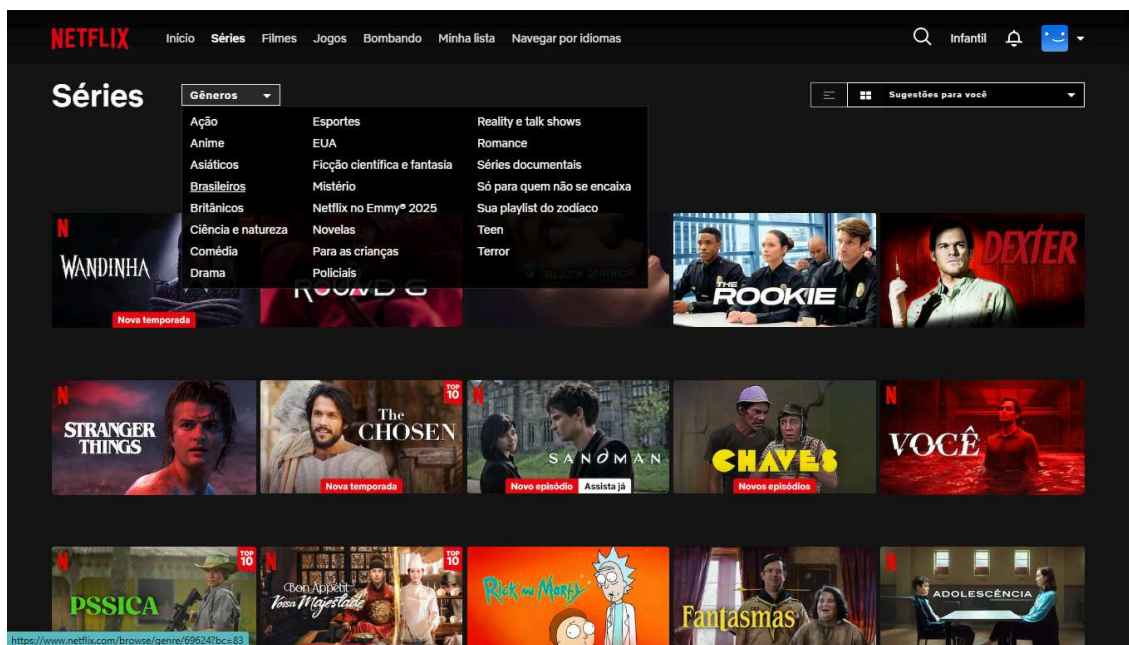
O procedimento metodológico voltado à identificação das séries originais produzidas no Brasil manteve a lógica previamente descrita, com a particularidade do acionamento de um filtro de gênero, conforme exposto na figura 06. Esse menu de categorias, entendido como uma das formas que a própria plataforma oferece ao usuário, reúne um amplo conjunto de classificações, entre as quais se encontram: Ação, Anime, Asiáticos, Brasileiros, Britânicos, Ciência e natureza, Comédia, Drama, Esportes, EUA, Ficção científica e fantasia, Mistério, Netflix no Emmy® 2025, Novelas, Para as crianças, Policiais, *Reality* e *talk shows*, Romance, Séries documentais, Só para quem não se encaixa, Sua *playlist* do zodíaco, *Teen* e Terror.

Como já indicado, nesta segunda etapa de construção da listagem o foco insere-se sobre as produções originais brasileiras. Para tanto, o gênero selecionado foi “Brasileiros”, o que permitiu, conforme ilustrado na figura 06, o acesso a uma grade que



reúne todas as produções nacionais, igualmente organizadas pela data de lançamento. Nesse conjunto, adotamos como critério de distinção o ícone que marca os originais em relação às demais produções.

FIGURA 06: Tela das séries brasileiras na Netflix



Fonte: Netflix, disponível em [www.netflix.com/browse/genre/69624?bc=83&so=yr](https://www.netflix.com/browse/genre/69624?bc=83&so=yr), acesso em 24 ago. 2025.

Diante do volume de produções, a listagem presente nos apêndices deve ser compreendida como uma amostragem do conjunto total, construída a partir da prioridade dada aos anos de lançamento. Algumas dessas informações foram verificadas por meio do cruzamento com outros sites, de modo a confirmar dados ausentes em registros oficiais. Em virtude da inexistência de uma listagem institucional da própria plataforma, recorreremos também a notícias publicadas no período, incorporadas como recurso de registro histórico<sup>23</sup>. As séries selecionadas para análise no próximo tópico figuram por terem representado marcos relevantes na trajetória da Netflix, sendo que tais notícias, somadas aos poucos conteúdos disponíveis nos canais oficiais da empresa, constituem a base de sustentação desta apresentação.

<sup>23</sup> Algumas das revistas e sites mencionados são, em ordem alfabética: AdoroCinema, CanalTech, Folha de S.Paulo, NaTelinha, Quem, Revista Exame, Revista Galileu, Rolling Stone Brasil, TecnoBlog, Terra e Variety.

Na sequência, apresentamos dez séries originais, organizadas segundo o ano de lançamento, cuja escolha se justifica por marcarem feitos relevantes na dinâmica audiovisual. Cada uma delas evidencia, de maneira singular, conexões ou inflexões que se articulam ao modelo de fluxo aqui discutido, além de dialogarem com as extremidades que configuram a cultura digital contemporânea.

## 5.2. EXPLORAÇÃO DOS FLUXOS E (RE)CONFIGURAÇÕES DOS ORIGINAIS NETFLIX

Optamos por excluir das escolhas o gênero animação, bem como documentários e especiais, além de desconsiderar as continuações de temporadas já existentes, concentrando o recorte apenas nas estreias que compõem o fluxo de produções originais.

A apresentação das séries seguirá uma organização cronológica, e todas as informações relativas à sua estrutura (incluindo sinopse, gênero e classificação etária) serão obtidas diretamente da própria Netflix, a partir das páginas oficiais de cada produção. Todas as séries apresentadas são originais da plataforma, ainda que apresentem variações em suas construções, sendo categorizadas conforme as três segmentações de originais previamente estabelecidas.

Neste percurso, propõe-se um olhar a partir de uma amostragem de dez séries originais da Netflix que marcaram sua trajetória no Brasil e no mundo ao longo de seus dez anos de operação no país. As produções selecionadas combinam diferentes formas de engajamento, abordadas adiante, considerando audiência, compartilhamentos e números que ora são divulgados pela própria Netflix, ora interpretados e disseminados por fontes externas, como sites especializados e pesquisas de mercado, conforme a ordem a seguir: 1. *House of cards* (2013); 2. *Orange is the new black* (2014); 3. *Jessica Jones* (2015); 4. *Black mirror* (2016); 5. *13 Reasons why* (2017); 6. *La casa de papel*; 7. *Stranger things* (2018); 8. *Sintonia* (2019); 9. *O gambito da rainha* (2020); e 10. *Round 6* (2021).

Iniciemos esta análise a partir de 2013. Já presente no Brasil, a Netflix lançava seu primeiro título seriado original: *House of Cards*. A plataforma classifica a série como Programas sobre política, Séries dramáticas, Séries dos EUA e Suspense para TV, recomendando-a para maiores de 16 anos devido à presença de violência, conteúdo sexual e linguagem imprópria. Segundo a sinopse oficial da Netflix (figura 07), “Traído

pela Casa Branca, o congressista Frank Underwood embarca em uma jornada implacável para alcançar o poder. Chantagem, sedução e ambição são suas maiores armas.”

FIGURA 07: Tela “House of Cards”



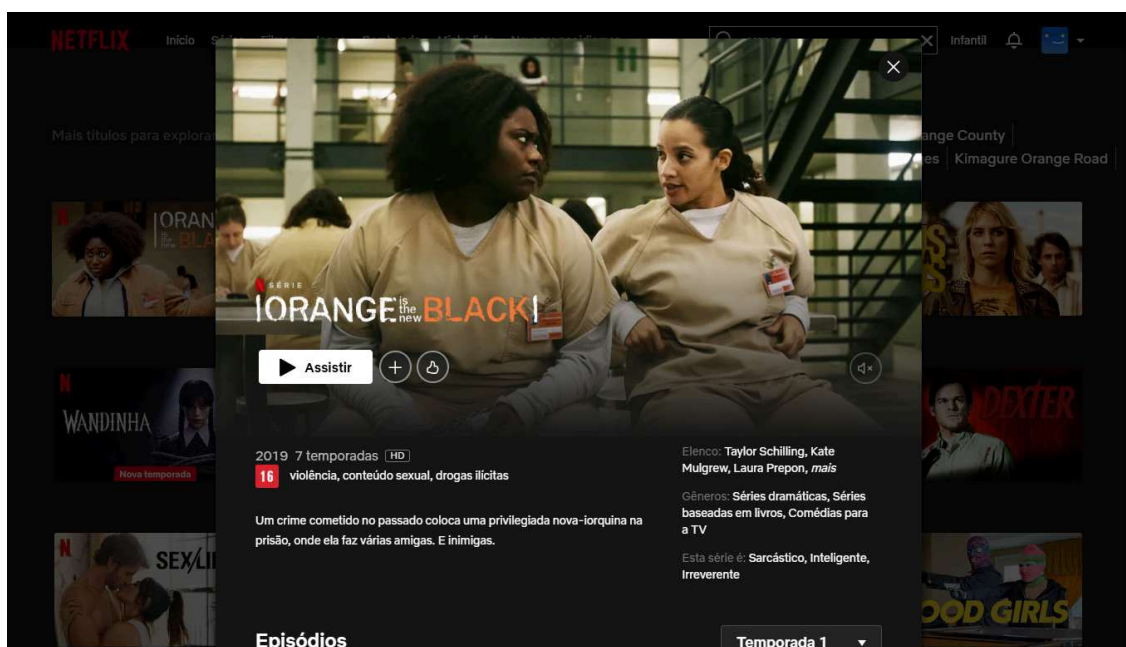
Fonte: Netflix, disponível em [www.netflix.com/search?q=house%20off%20cards&jbv=70178217](http://www.netflix.com/search?q=house%20off%20cards&jbv=70178217), acesso em 24 ago. 2025.

De acordo com a Folha de S.Paulo (2013) e o portal Terra (2013), *House of Cards* foi a série mais assistida naquele ano, possivelmente impulsionada pelo fato de ter sido a primeira produção original da Netflix lançada com a estratégia de disponibilizar todos os episódios simultaneamente para os assinantes.

A série rapidamente se afirmou na liderança de audiência do serviço de *streaming*, constituindo um ponto de inflexão na própria estratégia de conteúdo da Netflix. Para suas duas primeiras temporadas, a plataforma destinou um investimento de US\$100 milhões, mas optou por não revelar os números exatos de audiência. Nas palavras do diretor de conteúdo Ted Sarandos, tal decisão buscava impedir uma “comparação desigual” com os padrões da televisão tradicional, antecipando, assim, os primeiros indícios de uma nova forma de mensuração do sucesso em um ecossistema de pós-convergência, no qual audiência, engajamento e circulação de conteúdo se entrelaçam em fluxos complexos e híbridos.

Embora *Orange is the New Black* tenha sido lançada em 2013, conforme o Quadro A.1 do Apêndice A, foi no ano seguinte que a série se consolidou como fenômeno de atenção e repercussão. A Netflix a classifica como Séries dramáticas, Séries baseadas em livros, Comédias para TV, Séries dos EUA e Séries inspiradas em histórias reais, recomendando-a para maiores de 16 anos devido à presença de violência, conteúdo sexual e uso de drogas ilícitas. Na sinopse oficial (figura 08), acompanhamos “uma nova-iorquina privilegiada que, por um crime cometido no passado, é enviada à prisão, onde constrói amizades e também inimigos”, e é nesse espaço confinado que o hibridismo entre drama e comédia se desdobra, revelando as tensões sociais e os jogos de poder que atravessam o tecido da narrativa.

FIGURA 08: Tela “Orange is the new black”



Fonte: Netflix, disponível em <https://www.netflix.com/search?q=orange&jbv=70242311>, acesso em 24 ago. 2025.

De acordo com a listagem da Revista Galileu (2017), a série figura entre as mais assistidas de todo o catálogo disponibilizado. Desde sua estreia, diversas ações foram implementadas para aproximar o contexto narrativo dos fãs e reforçar a conectividade com o público. Casos de sucesso incluem vídeos que ambientam a série com personalidades ativas nas redes sociais, evidenciando práticas de compartilhamento e circulação. A contaminação entre ficção e realidade se concretiza ao integrar o universo

da narrativa com as mídias de figuras como Inês Brasil, Valesca e Narcisa, ampliando o fluxo de engajamento e a hibridização das experiências dos espectadores.

Apesar da relevância dessa estratégia como marco, é importante destacar que a emissora Band adquiriu os direitos para exibição da série em sua grade televisiva, invertendo a lógica inicial da Netflix, que concebia suas produções originais no formato de fluxo contínuo. Segundo informações do site Na Telinha (2020), o caso de *Orange Is the New Black* constitui um exemplo notável de hibridismo no ecossistema midiático contemporâneo. Embora concebida como produção original da Netflix, a obra demonstrou a capacidade de transitar para outras extremidades do fluxo de distribuição. Ao ser transmitida pela televisão aberta no Brasil, a série alcançou expressivos resultados, liderando a audiência desde o primeiro episódio da temporada. Esse fenômeno evidencia a permeabilidade entre plataformas de *streaming* e radiodifusão, onde a dinâmica do conteúdo se desfaz das linhas que a delimitavam e encontra novas inflexões de circulação, apontando para uma convergência que vai além da mera coexistência.

Com um número reduzido de produções em 2014, o Quadro A.2 será apresentado apenas como referência de continuidade. Seguindo a cronologia e considerando a importância dos universos de fãs, a Netflix realiza sua primeira parceria com a Marvel, conforme indicado no Quadro A.3. A série *Jessica Jones* surge como a materialização de uma narrativa já consolidada dentro do universo Marvel, transformando uma história que já possuía seguidores fiéis em uma produção original da plataforma, capaz de ampliar a circulação do conteúdo e reforçar o engajamento desses públicos.

Entretanto, não foi possível localizar informações sobre a série na plataforma da Netflix, uma vez que a empresa não detém mais os direitos autorais das produções realizadas em parceria com a Marvel. Estes foram transferidos para o Disney+, que passou a centralizar todos os conteúdos audiovisuais da franquia em sua própria plataforma de streaming. A figura 09 ilustra a série, mostrando a junção das logos que simbolizava a antiga parceria entre Netflix e Marvel, hoje já inexistente.



FIGURA 09: Divulgação “Jessica Jones”



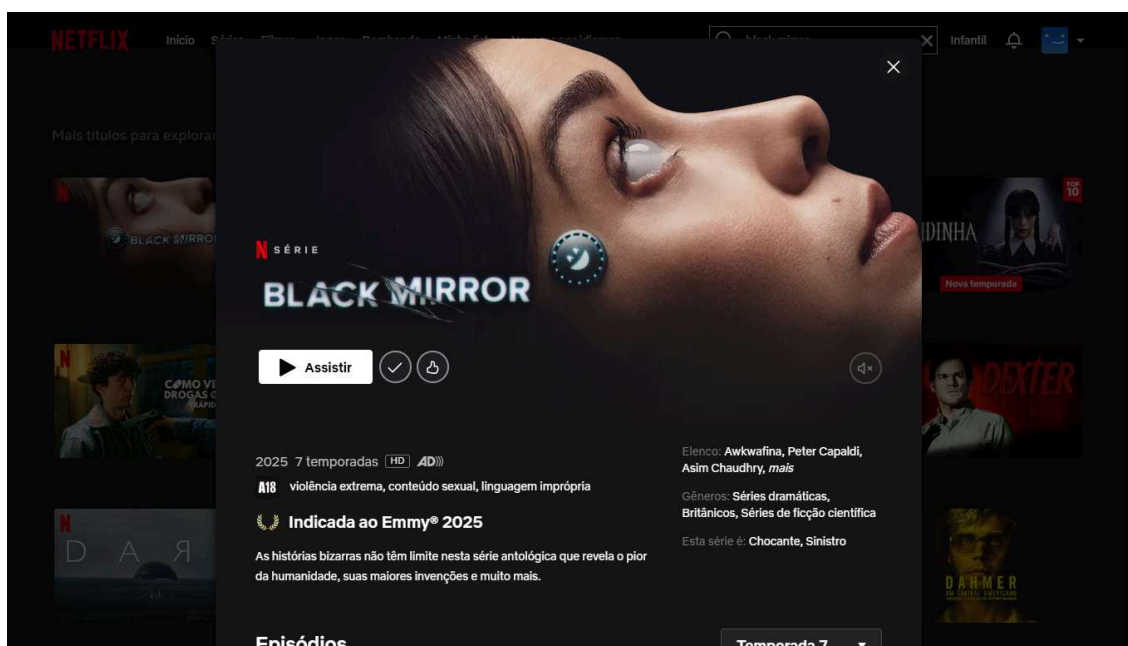
Fonte: Omelete, disponível em <https://www.omelete.com.br/jessica-jones/jessica-jones-pagina-da-serie-na-netflix-revela-nova-imagem-e-teaser>, acesso em 24 ago. 2025.

No ano de 2016, o Quadro A.4 revela um aumento claro nas produções originais da Netflix, sinalizando uma etapa de expansão e consolidação do catálogo da plataforma. *Black Mirror*, que estreou originalmente pelo *Channel 4* no Reino Unido em dezembro de 2011, passa a integrar oficialmente o conjunto de títulos originais da Netflix após a aquisição dos direitos, mostrando sua capacidade de transitar entre universos narrativos distintos.

A série, que mescla drama, ficção científica britânica e suspense, é indicada para maiores de 18 anos, devido à presença de violência intensa, conteúdo sexual e linguagem imprópria, refletindo o caráter provocativo e crítico que permeia sua construção.

Conforme a descrição da figura 10, indicada ao Emmy® 2025, trata-se de uma obra na qual “as histórias bizarras não têm limite, revelando o pior da humanidade, suas maiores invenções e muito mais”, refletindo seu caráter provocativo e a tensão entre o universo ficcional e as extremidades da experiência humana.

FIGURA 10: Tela “Black Mirror”



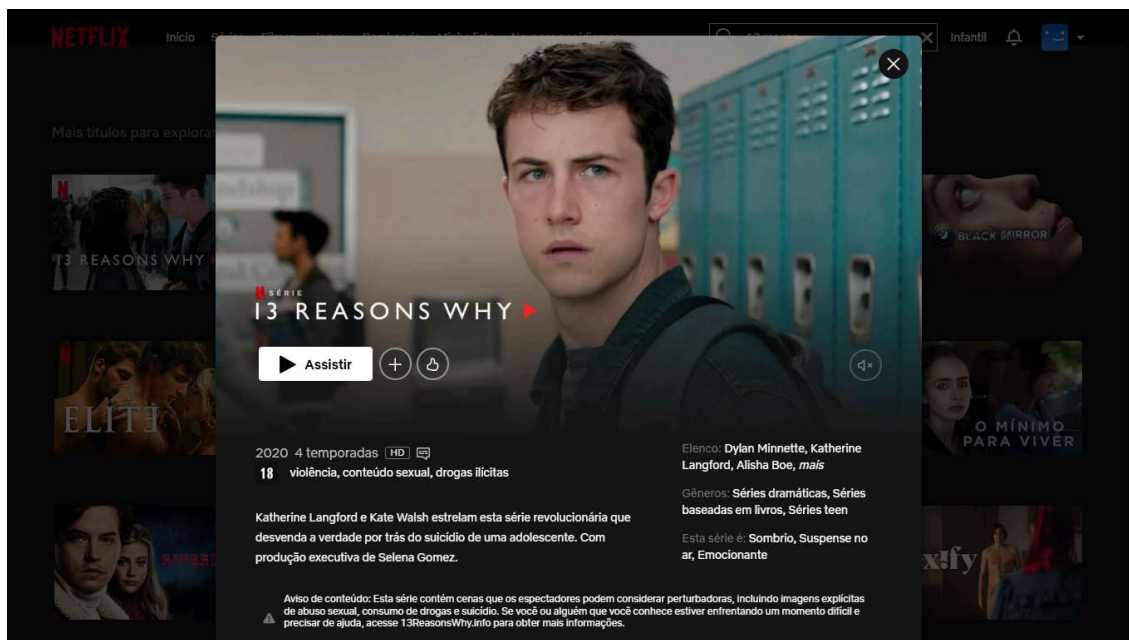
Fonte: Netflix, disponível em <https://www.netflix.com/search?q=orange&jbv=70242311>, acesso em 24 ago. 2025.

A aquisição de *Black Mirror* pela Netflix evidencia a centralidade do licenciamento na construção da exclusividade de acesso, mostrando como a posse dos direitos de distribuição pode reconfigurar o status de uma obra e inseri-la em novas extremidades do fluxo midiático. Um título que, originalmente, não alcançou grande repercussão torna-se um dos maiores sucessos da plataforma, culminando em sua indicação ao *Emmy* em 2025. *Black Mirror* funciona, assim, como metáfora da fluidez entre autoria e circulação, questionando a ideia de que a originalidade reside apenas na criação inicial e apontando para um hibridismo em que o conteúdo pode transitar por múltiplas plataformas ao longo de sua trajetória.

Um dos desafios contínuos reside em acessar dados sobre as séries, uma vez que a Netflix decide quais informações disponibiliza. A partir de 2017, contudo, observou-se, por meio de monitoramento no *Twitter* (atual X), que *13 Reasons Why*, conforme registrado no Quadro A.5, tornou-se um dos temas mais comentados na plataforma. A série é descrita na figura 10 fornecida pela própria Netflix como: “Katherine Langford e Kate Walsh estrelam esta série revolucionária que desvenda a verdade por trás do suicídio de uma adolescente. Com produção executiva de Selena Gomez.” Classificada como imprópria para menores de 18 anos, a obra se enquadra nos

gêneros Séries dramáticas, Séries baseadas em livros, Séries teen, Séries de mistério e Séries dos EUA.

FIGURA 11: Tela “13 Reasons Why”



Fonte: Netflix, disponível em <https://www.netflix.com/search?q=13&jbv=80117470>, acesso em 24 ago. 2025.

Segundo o site Adoro Cinema (2017), a série desencadeou um engajamento que ultrapassou as métricas convencionais de audiência. O debate sobre suicídio gerou mais de 11 milhões de tweets, reafirmando a plataforma como espaço central para o fluxo de discussões em torno de narrativas audiovisuais. Essa mobilização, porém, não se restringiu ao ambiente virtual. Ao abordar temas sensíveis, a série provocou intensa comoção no público, evidenciando uma contaminação entre ficção e realidade, marcado por campanhas de conscientização sobre prevenção ao suicídio e pelo aumento de solicitações de apoio a serviços como o Centro de Valorização à Vida (CVV).

Um dos efeitos mais marcantes desse processo de desconstrução temática foi a repercussão intensa da cena explícita de suicídio. Nesse contexto, o fluxo do *streaming* sofreu alteração, o episódio, já acessado e assistido por milhares de espectadores, foi revisado e a cena removida. Adicionalmente, a plataforma passou a exibir o seguinte aviso:



Aviso de conteúdo: Esta série contém cenas que os espectadores podem considerar perturbadoras, incluindo imagens explícitas de abuso sexual, consumo de drogas e suicídio. Se você ou alguém que você conhece estiver enfrentando um momento difícil e precisar de ajuda, acesse [13ReasonsWhy.info](https://13ReasonsWhy.info) para obter mais informações. (NETFLIX, 2025)

Apesar das diversas controvérsias que a cercaram, a série foi reconhecida pelo público como a melhor produção de 2017 no prêmio interno da Netflix, o *Netflix Awards*. Conforme aponta Metrôpolis (2017), o resultado, divulgado nas redes sociais da plataforma, reflete a escolha direta do público brasileiro, indicando um sistema de validação que se desloca para além das academias tradicionais e dos júris especializados e coloca o poder e responsabilidade na mão dos fãs.

O vetor de compartilhamento nas redes sociais oferece uma janela sobre o alcance das produções da Netflix, mesmo na ausência de dados oficiais. Segundo a Variety (2017), foi por meio do Twitter que se tornou possível captar a dimensão da popularidade de *13 Reasons Why*, um dos títulos de maior destaque no fluxo de streaming em 2017.

Talvez em resposta às constantes cobranças e lacunas de informação, a Netflix decidiu, pela primeira vez, disponibilizar seus dados, sob o título Retrospectiva Netflix de 2017: Um Ano de Maratonas (Netflix, 2017). Esse relatório funciona como um documento autorreflexivo da plataforma, oferecendo um panorama do consumo de conteúdos que se situa na interseção entre métricas quantitativas e uma narrativa própria sobre os hábitos dos usuários. O texto evidencia um fluxo intenso de visualizações, com média diária superior a 140 milhões de horas em escala global, e destaca o Brasil na sexta posição de um ranking mundial de maratonas.

No âmbito de um consumo cada vez mais globalizado, o ano de 2018 evidenciou o destaque de uma produção em língua não inglesa: *La Casa de Papel*, apresentada no Quadro B.4. A série consolidou-se como uma das mais buscadas no Google ao longo do ano, indicando não apenas seu alcance internacional, mas também a capacidade do fluxo digital de atravessar barreiras linguísticas e culturais, ampliando o ecossistema de atenção e engajamento em múltiplas extremidades do espectro midiático.

De acordo com sua organização na plataforma, conforme ilustrado na figura 12, *La Casa de Papel* apresenta uma narrativa envolvente na qual um gênio do crime lidera um grupo de ladrões em um audacioso plano para assaltar a Casa da Moeda Espanhola. A série se insere em múltiplos gêneros: dramático, adaptações literárias e comédia

televisiva; e recebe classificação indicativa para maiores de 16 anos, refletindo a intensidade de seus conflitos e a complexidade de seu tecido narrativo.

FIGURA 12: Tela “La Casa de Papel”



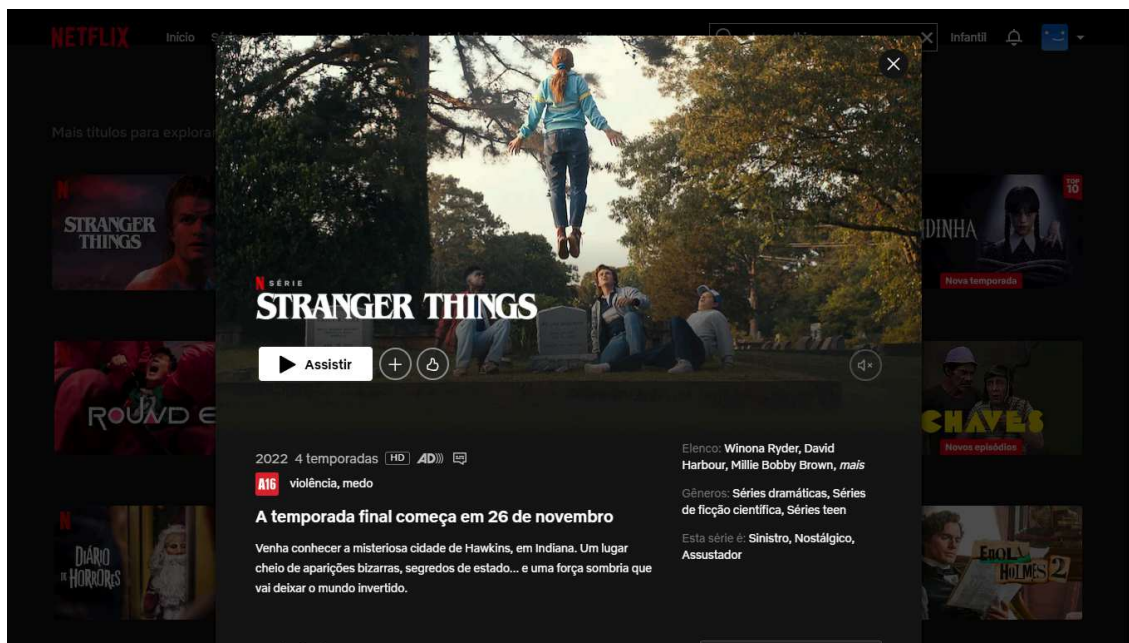
Fonte: Netflix, disponível em <https://www.netflix.com/search?q=la%20casa%20de%20papel&jbv=80192098>, acesso em 24 ago. 2025.

O relatório de buscas do Google de 2018 forneceu uma perspectiva externa valiosa sobre o fluxo de popularidade das séries no Brasil. O documento revelou que *La Casa de Papel* ocupou o primeiro lugar nas pesquisas nacionais, seguido por *Elite* e *Riverdale*, todas produções da Netflix, sendo as duas em língua espanhola. A posição de destaque da série evidencia como a audiência é constantemente reconfigurada pelos fluxos midiáticos, mostrando que o consumo de narrativas, interesses e compartilhamentos se expande para as extremidades de plataformas globais de busca, gerando métricas que vão além dos dados internos da própria Netflix.

A comunidade de fãs ocupa um lugar central na constituição desses valores. Em 2019, conforme a Rolling Stone Brasil (2019), *Stranger Things* figurou como a campeã de audiência do ano. Segundo a Netflix (figura 13), a série agrupa-se nos gêneros Séries dramáticas, Séries de ficção científica, Séries *teen*, Séries dos EUA e Séries de terror, recebendo indicação etária para maiores de 16 anos, categorização que, na interação

entre público e plataforma, atravessa o as práticas de consumo e reforça a circulação afetiva e crítica em torno da obra, e nem sempre segue de fato a classificação etária.

FIGURA 13: Tela “Stranger Things”



Fonte: Netflix, disponível em <https://www.netflix.com/search?q=stranger%20things&jbv=80057281>, acesso em 24 ago. 2025.

Com temporadas amplamente aguardadas, *Stranger Things* emergiu, segundo a Rolling Stone Brasil (2019), como um dos pilares de sucesso da Netflix, consolidando-se no fluxo de audiência da plataforma. Os dados divulgados pela empresa apontaram um alcance de 64 milhões de espectadores para a terceira temporada até 2019, atestando o elevado engajamento em torno da produção e sua capacidade de sustentar circulação afetiva e atenção coletiva ao longo do tempo. Esse efeito perene sobre o público projeta-se também para o futuro da narrativa, afinal, a obra mantém sua trajetória até a temporada final prevista para 2025, conforme indicado na figura 13.

Nesse mesmo ano, a Netflix anunciou em suas redes oficiais (figura 14) que uma produção original brasileira também se destacou no país, a obra *Sintonia*, lançada em 2019. Segundo a empresa, as listas de destaque foram organizadas com base no número de contas que, nos primeiros 28 dias após o lançamento, assistiram a pelo menos dois minutos de determinada produção, critério que traduz, de modo quantificável, parte do fluxo de consumo e da circulação de atenção no ecossistema de streaming, evidenciando

como títulos locais podem ocupar espaços relevantes na convergência entre audiências e plataforma.

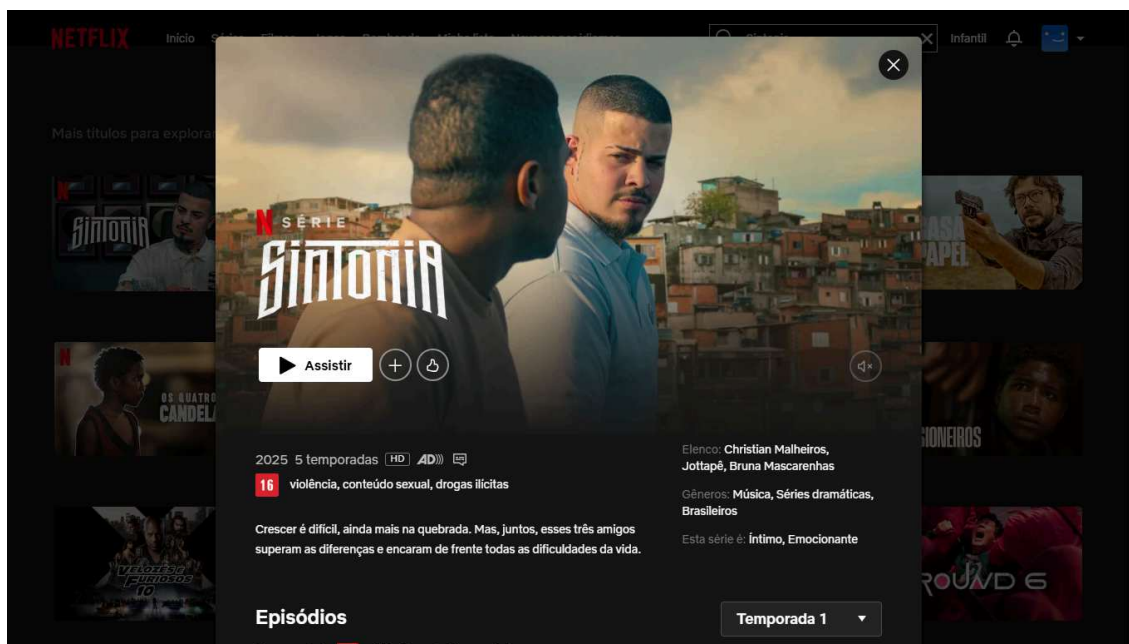
FIGURA 14: Tela postagem Instagram @netflixbrasil - Sintonia



Fonte: Instagram @netflixbrasil, disponível em [https://www.instagram.com/p/B6s2w-8lF3b/?utm\\_source=ig\\_embed&ig\\_rid=7414edc2-0971-4a9e-b6c3-818909579c48&img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/B6s2w-8lF3b/?utm_source=ig_embed&ig_rid=7414edc2-0971-4a9e-b6c3-818909579c48&img_index=1), acesso em 24 ago. 2025.

*Sintonia* (figura 15; Quadro B.5) é classificada como imprópria para menores de 16 anos e enquadrada nos gêneros Música, Séries dramáticas, Brasileiros, Séries *teen* e Hip-Hop. A presença do título nesse ranking evidencia a capacidade da Netflix de articular conteúdos que, ao mesmo tempo em que circulam no fluxo global, conseguem estabelecer diálogo com traços culturais específicos do público brasileiro, inclusive dialogando com estereótipos amplamente difundidos, como representações das favelas e do universo do funk. Esse deslocamento entre o local e o global mostra a importância da produção nacional no ecossistema de *streaming*, ou seja, narrativas que ressoam com identidades e imaginários locais convertem-se em altos índices de popularidade e engajamento. Conforme a revista Exame (2019), *Sintonia* figurou no 7º lugar do ranking “Top 10 lançamentos” e no 3º lugar do ranking “Top 10 séries”.

FIGURA 15: Tela “Sintonia”



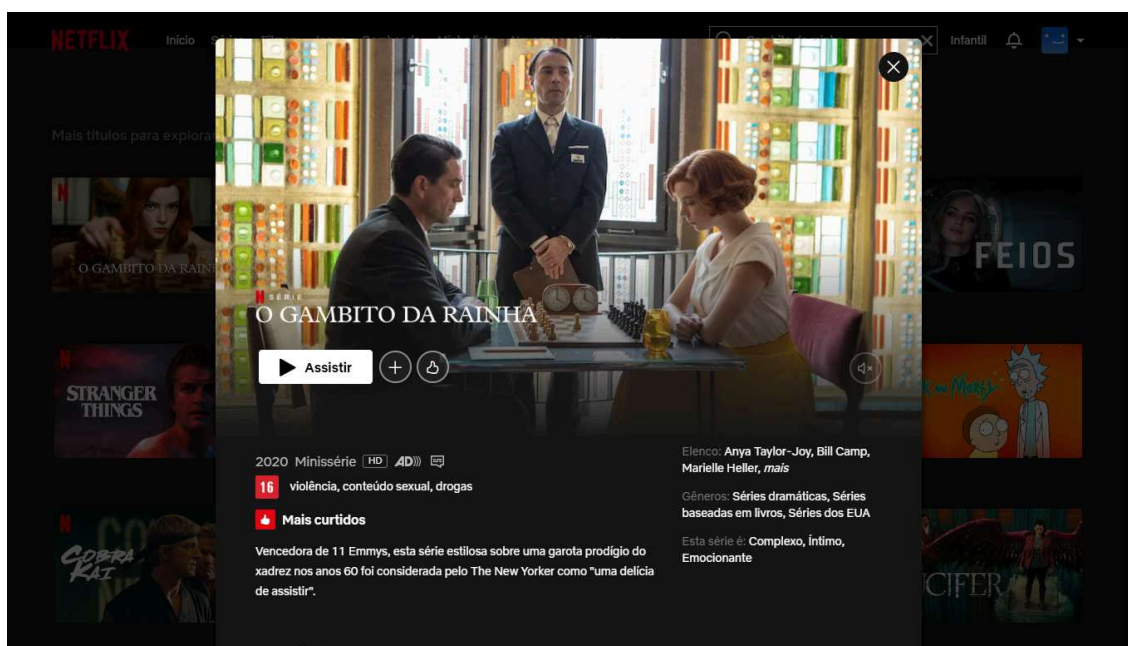
Fonte: Netflix, disponível em <https://www.netflix.com/search?q=Sintonia&jbv=80217315>, acesso em 24 ago. 2025.

Por mais legítimo que seja o reconhecimento público, não podemos esquecer que tratamos de uma empresa orientada pelo lucro. O aporte da Netflix em produções de alto calibre ultrapassa a mera contagem de horas assistidas na plataforma e revela uma trajetória calculada de convergência com o circuito midiático tradicional. Esse desdobramento aparece materializado em diversificações do próprio menu, por exemplo, como a seção intitulada “Netflix no Emmy® 2025”, e nas menções explícitas às indicações em páginas dedicadas a séries. O ponto culminante dessa busca por prestígio institucional fica visível em títulos como *O Gambito da Rainha*, cuja página exhibe a inscrição “Vencedora de 11 Emmys®”.

A minissérie, lançada em 2020 (figura 16; Quadro A.8), é classificada pela plataforma nos gêneros Séries dramáticas, Séries baseadas em livros, Séries dos EUA e Séries dramáticas sobre questões sociais, ilustrando como investimento, visibilidade e validação externa se entrelaçam no fluxo contemporâneo de circulação cultural.



FIGURA 16: Tela “O Gambito da Rainha”



Fonte: Netflix, disponível em <https://www.netflix.com/search?q=Gambito&jbv=80234304>, acesso em 24 ago. 2025.

O ano de 2020 revelou-se um ponto de inflexão na dinâmica comunicacional da Netflix; a minissérie *O Gambito da Rainha* configura-se como estudo de caso exemplar para pensar o fluxo de popularidade e seus desdobramentos além do serviço, mostrando como um título pode reconfigurar circuitos de atenção e incidir sobre outras esferas culturais. Embora o relatório divulgado pela própria Netflix (2020) não cite explicitamente a obra, as informações ali presentes e as observações correlatas sugerem a existência de um arcabouço estratégico voltado a mapear escolhas de assinantes e padrões de consumo. Esse recorte documental contribui para a construção de uma narrativa institucional que captura as inflexões afetivas e os deslocamentos de sentido provocados por um ano atípico.

No relatório, aparecem categorias como “Nós escapamos”, associada a reality shows e produções de ação, e “Nós choramos”, ligada à intensificação da procura por conteúdos tristes, compondo um mapeamento do fluxo de consumo em 2020. Nesse cenário, marcado pela busca por escapismo, a minissérie conquistou rapidamente lugar de destaque no catálogo, alcançando recordes e tornando-se a mais assistida da história da Netflix naquele ano. O feito evidencia a habilidade da plataforma em criar e sustentar fenômenos de audiência dentro de seu ecossistema. Segundo o CanalTech (2020), a

produção permaneceu por semanas entre as dez mais vistas, enquanto a Rolling Stone (2020) acrescenta que chegou a 62 milhões de contas em apenas 28 dias.

Contudo, a relevância de *O Gambito da Rainha* ultrapassou as métricas de visualização da plataforma, convertendo-se em um fluxo de repercussões culturais concretas: a narrativa, centrada no universo do xadrez, foi amplamente associada ao aumento nas vendas de tabuleiros e ao renovado interesse pelo jogo. De acordo com a Rolling Stone (2020), o site Chess.com registrou crescimento expressivo no número de jogadores, enquanto as buscas por tabuleiros e peças aumentaram 250% no eBay, e a fabricante Goliath Games revelou acréscimo superior a 170% nas vendas de produtos ligados ao xadrez.

Esse fenômeno evidencia a convergência entre a lógica de produção e distribuição de conteúdos e a força da plataforma em mobilizar práticas e consumos que extrapolam a tela. A narrativa, assim, é validada não apenas pelo êxito em termos de audiência, mas também pela ressonância que alcança no tecido social e nas dinâmicas mercadológicas.

Segundo a revista Quem (2020), a empresa Nielsen revelou que os assinantes da Netflix consumiram 551 milhões de minutos de *O Gambito da Rainha* apenas nos três primeiros dias após o lançamento, o que posicionou a minissérie na categoria de “maratonável”. Já o TecnoBlog (2020) registra que, nesse mesmo período, a audiência de romances entre os usuários brasileiros da plataforma apresentou um crescimento significativo, chegando a dobrar. A figura 17 reforça esses dados, reproduzindo números divulgados pela própria Netflix em sua conta oficial no Twitter.

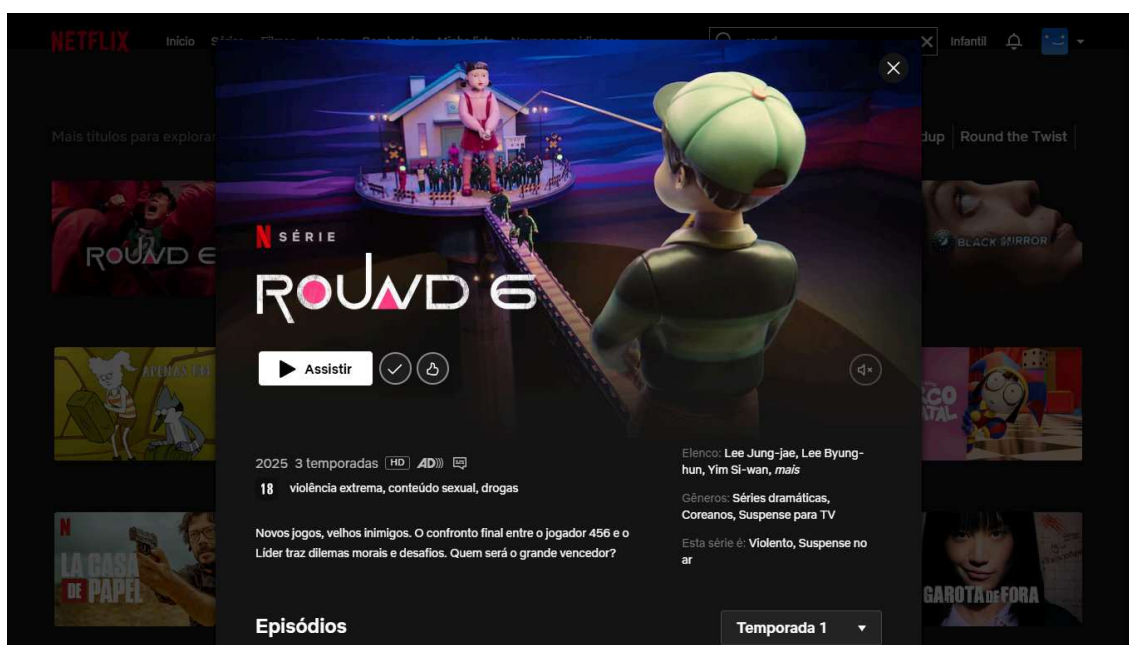
FIGURA 17: Tweet @NetflixBrasil “O Gambito da Rainha”



Fonte: Quem, disponível em <https://revistaquem.globo.com/Series-e-filmes/noticia/2020/11/minissérie-o-gambito-da-rainha-bate-recorde-de-audiencia-na-netflix.html>, acesso em 24 ago. 2025.

A análise das inflexões e conexões que estruturam o cenário do *streaming* encontra um ponto decisivo nessa leitura de *Round 6*, produção que, em 2021, conquistou o posto de série mais assistida da história da Netflix. De classificação indicativa para maiores de 18 anos, em razão da presença de violência, drogas ilícitas e conteúdo sexual, a narrativa coreana se inscreve como exemplo de convergência no fluxo de consumo, ao emergir de uma extremidade cultural asiática e, em curto espaço de tempo, converter-se em fenômeno global. Esse deslocamento reafirma a potência da plataforma em transformar conteúdos de nicho em produtos de circulação massiva. Além disso, o enredo, estruturado nas fronteiras entre drama, suspense e a lógica de jogos mortais atrelados à disputa por um prêmio em dinheiro.

FIGURA 18: Tela “Round 6”



Fonte: Netflix, disponível em <https://www.netflix.com/search?q=round%206&jbv=81040344>, acesso em 24 ago. 2025.

A produção sul-coreana *Round 6* estabeleceu um marco no fluxo de audiência global da Netflix ao alcançar 111 milhões de lares e, com isso, superar o recorde anterior de *Bridgerton*, que havia atingido 82 milhões de contas. O fenômeno evidencia uma inflexão no ecossistema do streaming, em que uma narrativa oriunda de uma das extremidades culturais da Ásia atravessou fronteiras e se integra à lógica de consumo



massivo ocidental, convertendo-se em produto viral. O enredo, sustentado pelo hibridismo entre a ludicidade de jogos infantis e a brutalidade de provas de sobrevivência, constitui um dos elementos centrais de sua repercussão. Como reação a esse êxito, a própria Netflix anunciou, segundo G1 (2021), o investimento de meio bilhão de dólares em produções originais na Coreia do Sul, movimento cuja relevância foi confirmada publicamente em postagem no perfil oficial da plataforma no Instagram (figura 19).

FIGURA 19: Tela postagem Instagram @netflixbrasil - Round 6



Fonte: Instagram @netflixbrasil, disponível em <https://www.instagram.com/p/CU8dSXplzpj/>, acesso em 24 ago. 2025.

Para encerrar, retomamos a tessitura deste tópico para destacar que, diante da profusão de títulos originais e das rápidas transformações do *streaming*, a pesquisa em cultura digital avança em ritmo acelerado, ainda que marcada por lacunas que, em muitos casos, só poderão ser preenchidas por investigações futuras, por inovações tecnológicas e pelas conexões que emergem de uma dinâmica evolutiva e ecossistêmica.

Nessa visão, retomamos brevemente que as inflexões e conexões sempre estiveram na Netflix, em diferentes proporções, afinal entre 2013 e 2021, a trajetória dos Originais Netflix evidencia um processo contínuo de reconfiguração no fluxo comunicacional do *streaming*, no qual cada produção de destaque assinalou inflexões próprias nas articulações entre audiência, mercado e cultura. O lançamento de *House of*

*Cards* inaugurou um momento de experimentação e legitimação estética, atribuindo prestígio à plataforma ao vincular padrões cinematográficos ao consumo sob demanda. A partir de 2017, com *La Casa de Papel* e outros títulos de ampla circulação, observa-se a virada rumo à internacionalização e à lógica de viralização, quando narrativas concebidas fora do eixo anglófono (língua inglesa) alcançaram proporções globais, desconstruindo as extremidades do sistema cultural. Já em 2019, obras como *Sintonia* reforçaram a aposta em narrativas locais capazes de dialogar com públicos plurais, enquanto 2020, atravessado pela busca por escapismo e catarse em meio à pandemia, consolidou minisséries que rapidamente quebraram recordes históricos de audiência. Em 2021, *Round 6* sintetizou esse percurso ao articular hibridismo narrativo e alcance global, ao mesmo tempo em que redesenhou o mapa do consumo ao demonstrar como uma produção sul-coreana poderia instaurar um fenômeno digital e reorientar os próprios investimentos da Netflix. Nesse intervalo, as conexões e formas reveladas apontam para o papel central do *streaming* na reorganização das dinâmicas comunicacionais pós-convergadas, onde conteúdos transitam em escala global e, simultaneamente, ressignificam as contaminações das linguagens e formas de compartilhamento do público.

## 6. EXTREMIDADES: VIAS EXPERIMENTAIS NO AUDIOVISUAL SERIADO

Pesquisar o movimento audiovisual na contemporaneidade é um trabalho complexo, fronteiro, acelerado e instável, pois nos deparamos constantemente com agitações que fogem do caráter temporal imbuídos em relógios de simples espectadores. São produções com ritmos independentes, que agem pelos diálogos possíveis entre o que é assistido, quem o assiste e a forma que fazem isso. Dessa maneira, nos interessa a partir desse capítulo, uma reflexão sobre essa movimentação líquida que engloba fatores tecnológicos, sociais, psicológicos, sensoriais e tantos outros, e como podemos compreender essa presença, levando em consideração que não há um ponto fixo ou finitude para esse consumo comunicacional.

O surgimento das redes sociais, a evolução da web, a imersão em plataformas conectivas e a sociedade sendo construída sincronicamente entre redes agenciadoras de experiências que rompem as barreiras entre o online e offline, criam necessidades para que olhemos o audiovisual, sobretudo nessa pesquisa as séries disponibilizadas pelo *streaming* da Netflix, a partir de novas presenças e estruturas que estão constantemente em trânsito e mutação.

Esse contexto da cultura e linguagens convergidas na web significa, atualmente, bem mais do que uma referência ao imaginário. Essa movimentação convergente é parte indissociável de sistemas e dinâmicas que interferem na circulação de produtos comunicacionais. Nessa ótica, iremos reposicionar essa concepção com a trajetória da mantenedora previamente exposta. Refletindo, acima de tudo, a oscilação entre as experiências e materiais, que migram entre os pontos extremos e centros dos fluxos de mídias e dos vários modelos de consumo instaurados pelos fãs.

A pesquisa direcionada ao audiovisual possui uma ampla gama orientada à produção científica global. São inúmeros trabalhos que visam, dentre muitos objetivos, delimitar a atual dinâmica a partir de um epicentro comunicacional. Nessa ótica, as novas possibilidades limítrofes da extensão material e subjetiva de tais títulos são oportunidades para que possamos migrar as narrativas, linguagens, tecnologia, consumo, etc. desses centros, para problemáticas localizadas no trânsito de pontos extremos, encobertos e que alternam-se conforme as experiências e alargamento de sentidos.

Para a construção estrutural desta pesquisa, iremos nos apropriar dos trabalhos, pesquisas, curadorias, expressões e atravessamentos dedicados por Christine Mello, para propor um percurso analítico de obras seriadas audiovisuais que são emergentes na cultura e ecossistema conectivo.

A ideia de vídeo, trabalhada pela autora, será transposta para essa pesquisa conforme as características análogas que possui com os trabalhos seriados audiovisuais da Netflix. Para Mello (2006) o meio videográfico localiza-se na fronteira entre seu sentido expandido na cultura digital e a sua natureza existencial com modos distintos de representação. Assim, podemos traduzi-lo como uma manifestação que está inserida em um contexto contemplativo, participativo e interativo. Ainda conforme a autora, o vídeo é uma linguagem interdisciplinar, pois é capaz de coexistir nos mais variados espaços por ser uma imaterialidade em movimento: “Trata-se de uma escritura audiovisual, um meio dinâmico, vivo, que promove diálogos plurais no campo das práticas significantes.” (MELLO, 2006, p. 320).

Nessa ordem, o vídeo, através do contexto audiovisual, quer seja séries, cinema, animações, *stories*, entre outras ramificações, é percebido como um vetor de expansão. Afinal, além das conexões que podem ser expandidas através dos ambientes e sujeitos hiperconectados, mencionamos também uma forma de expansão técnica, ou seja, para além de monitores, telas e objetos de captação/transmissão do conteúdo. Os pensamentos de Mello, incluindo sua expertise artística, eleva o vídeo para um ambiente que é multissensorial. Assim, podemos crer que trata-se de uma expressão mutável, relativa a tempos, espaços, sentimentos e canais amplificados por dinâmicas (des)controladas pela web.

Como já dito, não é possível o cercamento da compreensão do audiovisual em um ponto fixo para seu consumo. Para tal entendimento “é preciso, antes de qualquer coisa, tê-lo compreendido como pensamento, como um meio que coexiste num fluxo contínuo em torno às circunstâncias de sua natureza eletrônica.” (MELLO, 2003a, p. 166). Pela ausência de materialidade e caráter efêmero, trabalhos que utilizam do vídeo são considerados marginais para estruturas mercadológicas e, por vezes, de pesquisa. Com as séries da Netflix, tal afirmação se repete. Afinal, muitos questionam se de fato é televisão ou cinema, seus títulos e produtos oferecidos, mas poucos questionam as singularidades que permitem que a mesma inclua-se em qualidades próprias e regenerativas.

Se o vídeo localiza-se em um processo desconstrutivo da arte e a inclusão de pensamentos híbridos, as séries da Netflix estão em um processo similar, ao permitir o questionamento sobre os espaços estéticos contemporâneos que passam a ampliar os fluxos, linguagens e formas não lineares de consumir o audiovisual, diferente dos meios “tradicionais” e aproximado à transformações sociais relativas às interferências da tecnologia, cultura e “estranhezas”, conforme Mello (2003, p. 168) pontua a partir da análise e pensamento de Julio Bressani: “toda imagem depende de uma tradição e uma traição, e que é necessária a força de um transplante para (re)introduzir órgãos estranhos no estranho corpo.”.

O pensamento emergente da sociedade conectada, nos leva a crer que “tudo é vídeo na contemporaneidade.” (MELLO, 2005, p. 4).

Talvez a afirmação se faça cada vez mais presente pela forma na qual o vídeo/audiovisual se comporta. A hibridação sempre associada a essa produção consegue uma forma de expandir a sua própria diversidade e pluralidade ao produzir características individuais e coletivas de participação, interpretação e identidade de tais consumos. Para a autora:

Os conceitos que acompanham hoje o discurso videográfico são recontextualizados, assim, diante das novas condições estéticas impostas pela contemporaneidade, e encaminham-se às mais diversas áreas da produção sensível. Atuam pelas fendas, fissuras e ruídos de linguagem, tendendo a se difundir continuamente e a afetar outros discursos numa peculiar relação de afetibilidade. Nessa difusão, o vídeo perde intensidade e especialmente o poder de afetar outras linguagens, mas adquire generalidade e fica fundido e transmutado como pensamento, como uma prática cultural do nosso tempo. (MELLO, 2005, p. 5).

Os termos “falha”, “fissura”, “fendas” e “ruídos” são constantemente incorporados por Christine para denominar espaços de deslocamentos e áreas ainda não preenchidas. Nessa visão, o vídeo incorpora distintas relações e zonas de fronteiras constituídas por questionamentos do espaço-tempo audiovisual.

Ao buscarmos termos similares, nos deparamos com ideais que somam o pensamento da autora. A visão de “incompletude” muito nos apetece para essa pesquisa, pois trata-se da qualidade de algo incompleto, do que não está acabado, integral, perfeito. Por extensão, a dinâmica audiovisual depende de uma outra via para ter sentido. O arquivo videográfico por si só não se completa. Sem a produção, edição, circulação e consumo, não há possibilidade de interpretação e absorção. E, nesse ponto, incluímos as séries com características incompletas ao serem descentralizadas pelos múltiplos consumidores que as assistem.

Vejamos, em um primeiro momento, a Netflix descentralizou o consumo audiovisual, antes concentrado na TV enquanto cerne de transmissão. Após isso, com a popularização do seu serviço, mais uma vez, foi necessário buscar pontos promovendo a possibilidade de torná-la mais independente, através de suas obras originais. Então, almejo dizer que a Netflix descentraliza-se continuamente, ao ponto que se aproxima de pontos centrais de um percurso “comum” e “convencionado”.

Nessa ótica, consumir audiovisual consiste em determinar transformações e tendências que interferem diretamente nessa dinâmica comunicacional. Isso se dá devido às necessidades que o próprio mercado aciona, mas, sobretudo, as interferências que o público preenche esses espaços ao buscarem os completarem de alguma maneira. O contato com algo inovador e disruptivo é essencial para que essa descentralização seja impulsionada e crie novos modelos e versões de difusão.

Pensando em um fio condutor, podemos partir da ideia que o próprio fluxo de mídias, séries, interface, design, entre outras características da Netflix, em algum momento foi o ponto extremo dessa fenda. Um desvio para um consumo audiovisual linear já consolidado pela radiodifusão. Ao relacionar com os pensamentos até então discutidos, retomamos o estranhamento percebido enquanto um diferencial, até mesmo, um avanço tecnológico que determina o manuseio e novas habilidades para se inserir nessas lacunas.

E preencher esses espaços não é uma tarefa instantânea e simples, trata-se, conforme Mello (2003) da verificação de formas que são expressivas nesse ambiente, que dependem cada vez menos de leituras superficiais das imagens e mais da potencialidade do audiovisual se interconectar com códigos, processos e sentidos diversos. Afinal, o vídeo, em sua gênese, além de possuir características híbridas em sua concepção, é também considerado um percurso não linear, um fluxo em devir ininterrupto, uma captura imagética da contemporaneidade, o futuro próximo e suas tecnologias.

Após pontuarmos essa descentralização, precisamos afirmar que o audiovisual contemporâneo das séries originais Netflix não deve mais ser “analisado como uma totalidade, mas inserido no conjunto de relações que opera, compartilhando múltiplas formas de interferência nas proposições” (MELLO, 2006, p. 321) para podermos interconectar “diversos elementos sensíveis sem necessariamente problematizar a imagem eletrônica e suas especificidades”, (MELLO, 2006, p. 321) mas buscar multifatores que englobam a dinâmica comunicacional que estamos imersos.

Esses fatores de diferentes naturezas, somam-se aos agentes bióticos e abióticos que o ecossistema digital que vivemos se conecta. Seja o gosto pessoal, aparelhos tecnológicos, acesso/velocidade da internet, condição financeira, inteligência artificial, algoritmos, entre outros, que durante o consumo, convergem e atuam sincronicamente.

No século XXI, a linguagem audiovisual popularizou-se pela sua potencialidade de manifestações expressivas. São dispositivos conectados: smartphones, tablets, notebooks, que integram o ato de consumir, produzir e propagar audiovisual. Conforme Mello (2008, p. 25) nos apresenta, o vídeo (que estamos atribuindo mais conotações nessa pesquisa) é um meio que expande suas próprias características. Ou seja, o produto conectado a si mesmo e interligado a tantas outras manifestações: seja de caráter subjetivo, tecnológico, social, entre outras.

Essa trajetória inacabada e personalizada, se assim podemos dizer a partir dessas interligações, nos transportam para a compreensão de como podemos analisar materiais audiovisuais contemporâneos, tais como as séries originais Netflix, absorvendo que estamos diante de uma linguagem mutável e que a própria sociedade se apropria por inúmeros outros significados possíveis.

Ainda refletindo no atual século e nas interferências tecnológicas para as gerações atuais diante o consumo audiovisual, nos deparamos com “a possibilidade do vídeo de reformatar, a partir da noção de pontas interligadas, as mais diversas estratégias e estruturas de criação que se concretizam para além do espaço-tempo.” (MELLO, 2006, p. 6). Ou seja, ter em mente o audiovisual inserido na cultura digital, e o mesmo o contrário, permitindo a leitura dessa dinâmica como um fluir tecnológico, mas também sensorial.

Essa reflexão é o ponto de partida que combina sinergicamente as séries originais Netflix e as vivências permitidas pela cultura digital, afinal, o próprio ato de se consumir tais títulos já enquadra-se nesse vasto leque de possibilidades do habitat conectivo. O audiovisual passa a ser percebido como agente participativo, afinal, conforme as próprias reflexões de Christine Mello ao longo de toda sua jornada enquanto pesquisadora, estudar o vídeo é sinônimo de estudar movimento e não mais uma leitura estagnada e linear.

Assim, avançamos para pensarmos o vídeo em outras transformações. Já considerando e apropriando essa manifestação comunicacional como um ponto de confluências, com estratégias e linguagens hibridizadas por tensionamentos críticos, com situações fronteiriças que geram um caráter difuso sobre sua existência. Entretanto,

com uma potencialidade na produção de sentido em suas pluralidades ao descentralizar e deslocar a dinâmica comunicacional no trânsito que oscila entre os epicentros tradicionais de tal consumo e as bordas extremas emergentes de formatos contemporâneos.

### **6.1. EXTREMIDADES DO VÍDEO**

A leitura crítica das extremidades é uma leitura que ampara-se em dar luz aos tensionamentos e áreas de fronteiras. De certa forma, são observações participativas que rompem a lógica dominante e centralizadora. Para isso, iremos nos debruçar sobre o conceito em questão e compreender como expandimos nossos olhares para problemáticas emergentes que são potencializadas pela conectividade. Trataremos a seguir, as formas nas quais as extremidades performam e como a Netflix pode ser inserida em meio as conexões, fluxos, fãs e linguagens tipicamente propagadas pela geração jovem.

Em uma de suas primeiras produções, Christine Mello (2003) expõe que a ideia das extremidades consiste como parte da formação de uma estética contemporânea. Isso porque suas pesquisas perceberam a urgência de redefinir critérios para compreender a arte, incluindo, acima de tudo, as manifestações de outras linguagens, entendidas fora da rota tradicional.

A linguagem videográfica, que a interessa, além de convergir diferentes modos de representação, localiza-se em uma expansão da cultura digital, no que tange às áreas de fronteira, interpretação e fruição. Para ela, estamos diante de uma linguagem interdisciplinar, que carece de leituras/leitores também interdisciplinares para que possamos absorver e/ou expressar a ordem contemplativa, participativa e interativa dessa escritura em movimento.

Os deslocamentos mencionados enquanto característico do audiovisual, também são absorvidos pelas extremidades para que tenhamos um papel de observação, participação, criação e interação. Não se trata de uma metodologia, afinal o próprio termo “método” representa algo muito fixo, como um conjunto de regras já pré determinadas para realizar alguma pesquisa. Entretanto, como um “caminho de leitura”, “leitura crítica” ou ainda “percurso estético contemporâneo”, trabalhar com as extremidades diz respeito a sonhar olhando para fora e acordar olhando para dentro.



A ideia de extremidades é embasada enquanto “caminho de leitura”, em direção a articulação entre campos não oponentes, mas complementares. É utilizada como atitude de olhar para as bordas, observar as zonas-límites, as pontas extremas, interconectadas em variadas práticas. (MELLO, 2016, p. 124)

Essa noção das extremidades intitulada por Mello (2008) é concebida pela noção corporal trabalhada pela medicina oriental e métodos tradicionais de cura do oriente, tais como práticas que visam uma modalidade de tratamento centrada no indivíduo e não na doença. Dessa forma, um conjunto multifatorial é incorporado, ao ponto que mente e corpo estejam em diálogo harmonioso. De dentro para fora, como práticas de acupuntura (faz uso de aplicação de agulhas pequenas em várias regiões do corpo, chamadas meridianos), auriculoterapia (uma especialidade da acupuntura caracterizada pela utilização de pontos especificamente nas orelhas para o tratamento de sintomas comuns associados às diferentes patologias) e, principalmente, Do-In (a possibilidade de toque em áreas extremas do nosso corpo, que possibilita a conexão e diálogo com áreas internas que não conseguimos tocá-las, tais como nossos órgãos e suas enfermidades específicas) (MELLO, 2017, p. 13-14).

A etimologia da palavra Do-In tem origem japonesa e significa literalmente “o caminho da casa”, onde o termo “casa” refere-se ao corpo humano saudável concebido pela medicina oriental. De Langre (2003) em sua obra, inclui a prática como um conhecimento ancestral percebido na sociedade primitiva e, mesmo com ausência de dados arqueológicos, ele menciona que é uma prática milenar da cultura oriental.

Essa “auto-massagem”, como ele mesmo expõe, é uma transição entre o estado de inércia e a atividade consciente. E, tais práticas, permitiram que atividades mentais e corporais estivessem em sintonia com o espaço que habitavam. Sua popularidade e “descobrimento” no ocidente ocorreu na década de 1960 (DE LANGRE, 2003, p. 14) como uma medicina alternativa, que utiliza-se das pressão dos dedos das mãos, em pontos extremos do corpo humano, no intuito de tratar o corpo e não a doença, como já mencionado. Entre possíveis objetivos estão alívio a dores, prevenção de outras doenças e energias, identificação de enfermidades, assim como a manutenção subjetiva da mente, como problemas que englobam a saúde mental, como estresse, ansiedade e depressão.

Não iremos nos aprofundar em termos e diagnósticos que a técnica e conhecimento podem oferecer, mas sim, na metáfora proposta por Mello, no que transpõe essa ideia para as extremidades do vídeo. Essa figura de linguagem consiste na possibilidade de entendermos como pontos extremos da comunicação, das artes e das

noções críticas de leitura, são interligadas com órgãos vitais e essenciais, por vezes centralizados em nossos organismos.

Vale pensarmos justamente na ideia de organismo para esse percurso, afinal, tratam-se de estruturas (nesse caso entendidas pelas múltiplas linguagens, fluxos, consumidores, tecnologias, entre outros) que são interligadas a tantas outras e interagem entre si, ocasionando processos que dão origem e resposta à vida. Em outras palavras, são organismos que se conectam com outros organismos, levando em consideração suas particularidades, buscando se ancorar nas diferenças e como podem transitar entre esses espaços que exigem uma movimentação contínua: por vezes em pontos centrais vitais, por vezes em extremos, através do toque e da compreensão de contato com aquilo que está externo a esse corpo.

Retomando as extremidades do vídeo, a proposição consiste em uma análise amparada em instrumentos marginalizados, descentralizados, experimentações comunicacionais, novos fluxos, combinações de linguagens, situações em trânsito e a interconexão das zonas centrais e limítrofes. Conforme Mello (2008, p. 31) a extremidade “é utilizada como atitude de olhar para as bordas, observar as zonas-limite, as pontas extremas descentralizadas do cerne da linguagem videográfica e interconectadas em várias práticas.”.

Todo esse pensamento criativo é passível de ser analisado pelas extremidades, afinal são fenômenos que emergem na sociedade e não são mais incorporados unicamente como consequências comunicacionais. Dessa forma, as extremidades dão luz para pensarmos a máxima da ação e reação, onde há fenômenos insurgindo na sociedade de vários ângulos e meios, e nós, que recebemos tais feitos, produzimos e damos tantas outras significações para esses contextos e manifestações.

Através do caráter multiplicador das extremidades, que essas novas vias permitem a problematização das linguagens híbridas e dos fluxos emergentes, em meio a era digital e o consumo audiovisual. O deslocamento do epicentro da linguagem, em direção às fronteiras, são abordagens que refletem o trânsito da leitura crítica que iremos trabalhar. Para a autora, as extremidades

são apresentadas sob a forma de circuitos expressivos relacionados entre si: os que ocorrem no âmbito da imagem eletrônica, os que ocorrem em seu entorno e os que ocorrem no processo de ligação entre um e outro procedimento criativo. Embora essa lógica seja simplificadora, tendo em vista a imensa diversidade de proposições, ela é útil para compreender as conexões do vídeo e o lugar ocupado por ele nessas circunstâncias criativas. (MELLO, 2006, p. 322).

Esses espaços criativos abrem caminhos para pensamentos e produtos hibridizados. Ou seja, a própria concepção da dinâmica comunicacional digital instaurada, permite que aconteçam essas transformações que interferem no uso das tecnologias, na forma como a sociedade se integra, na produção audiovisual, nos fatores de propagabilidade e nas presenças síncronas em habitats digitais, tais como as redes sociais.

Essa hibridação é percebida pelas extremidades por não ocorrer em pontos centrais isolados. Afinal, trata-se de tensionamentos que ocorrem pela presença retroalimentativa que a web gera, ou seja, a necessidade das produções audiovisuais ocuparem a web, e, por parte dos espectadores, ter esse repositório com conteúdos para usufruírem.

Quando nos deparamos com a Netflix, seu fluxo de mídias transforma e amplia o sentido de consumo audiovisual a partir da tecnologia e conectividade. Não trata-se de uma plataforma contra-hegemônica e nem uma subversão às mídias de massa, mas sim novas formas de experimentação desse consumo. A TV, anteriormente instaurada como tradicional, com experiências estéticas que mesclaram diferentes temporalidades e formatos como, por exemplo, planos de cenas, documentários, entrevistas, ao vivo, incorporando tudo isso ao cotidiano dos espectadores e a uma programação televisiva fixa. (MELLO, 2008, p. 26).

Agora temos um contra balanceamento para consumir obras similares. O *streaming* surge pela necessidade de compreensão do perfil do consumidor e de novas obras que circulem exclusivamente nesses espaços digitais. As extremidades a partir da globalização e da cultura da convergência (JENKINS, 2008) demarca a necessidade urgente de repensarmos esses espaços, consumos, produções, mediante a manutenção, produção e distribuição do audiovisual em contextos ecológicos e socioeconômicos hiperconectados.

Articulada pelos procedimentos da desconstrução, contaminação e compartilhamento, a leitura das extremidades busca contribuir, portanto, para a análise de fenômenos em constante transformação, trazendo, com isso, dimensões plurais da experiência contemporânea. A complexidade da leitura pode ser alcançada, desse modo, a partir das dobras entre grandes e pequenos campos, entre procedimentos poéticos que inter-relacionam diversas práticas. Verifica-se, assim, uma rede de relações entre espaços sociais, circuitos e linguagens, assim como potencialidades artísticas ampliadas nessas relações. (MELLO, 2016, p. 126).

Essa leitura crítica permite que analisemos para além das imagens superficiais, movimentos, sons, entre outros. Permite que aconteça um atravessamento entre

pesquisador, objeto, objetivos e toda estrutura da pesquisa, que confirma que não somente as produções audiovisuais, mas também os espaços entre o real e ficcional, entre o online e offline, entre o dentro e fora, entre o estático e em movimento...o que a autora concebe enquanto “espaços intersticiais”.

Tais espaços consistem em lacunas propícias para a realização de projetos, inovações e disrupções que localizam-se no modo de fazer, agir e pensar. Acrescento ainda, o modo de consumir, assistir e propagar, afinal, são ações necessárias para compreender como a Netflix insere-se numa movimentação e ousadia constantes, pelos seus fluxos e títulos, apesar de serem habituados ao consumo seriado digital, frente aos demais concorrentes de transmissão audiovisual.

Com tudo, a mantenedora consegue apropriar-se de sua expertise para produção original autêntica, embasada pela tecnologia, mas que também é extremizada pelas representações e identidades conectadas a partir da consideração que, pensando especificamente sobre o audiovisual, “as novas formas de produção agora envolvem informação, códigos, imagens, conhecimento e afetos.” (PAGEL; MELLO, 2021, p. 593).

Esse acionamento sensível é captado pelas extremidades do vídeo. Mas como mencionar esses espaços sensíveis em meio a artificialidade da plataforma da Netflix? Ao transpor essas ideias para o cenário das séries originais da mantenedora, nos interessa o que Mello e Macedo (2021) instigam diante dos procedimentos poéticos das extremidades. Para as autoras, os vetores de leitura, tratados adiante, são forças vitais, “fora de controle, dentro de uma plataforma social que é regida por algoritmos em que o que lemos, vemos, assistimos e curtimos é milimetricamente programado e monitorado para gerar visualizações, cliques e lucro para esses aplicativos.” (MELLO; MACÊDO, 2021, p. 44) ou ainda plataformas de *streaming*, como a Netflix.

O sensível, portanto, é justamente concebido para além das telas. São conexões oriundas dos diálogos e transposições que a ficção rege sobre o público. São identidades construídas a partir de migrações, afinal, os próprios espectadores migram seu papel diante as telas. Em outras palavras, quem assiste determinado produto audiovisual, em distintos momentos é um mero espectador, em outros compartilha, cria, reflete, transforma e ressignifica o que está localizado no centro, e o que está localizado nas extremidades.

Todavia, não precisamos nos conter apenas as telas, até porque as extremidades também visam extrapolar essas fronteiras. Em outro questionamento, o próprio uso de

mais telas, abas e de atividades síncronas ao assistir uma série (usar as redes sociais, escutar música, ler uma notícia, entre outros) permite que o sensível esteja também em migrações conforme os fluxos são tensionados e amplificados.

Portanto, o sensível é percebido em meio aos fatores bióticos e abióticos inseridos pela linguagem seriada audiovisual apropriada pela estética contemporânea. O estudo de Mello e Riato (2020) refere-se ao cinema, mas creio que também é válido para a serialidade que estamos pesquisando. Para as autoras o cinema/audiovisual é percebido pelas “ampliações que este pode gerar, por suas contribuições e modos que ressoa no campo artístico, semiótico – na direção de uma cartografia disforme” (MELLO; RIATO, 2020, p. 142).

Assim compreendemos as extremidades do vídeo como um jogo de leitura de linguagens transitórias, uma busca constante por interatividades, expressões de descontinuidade e conexões expandidas. Uma abordagem que ganha forma pelos procedimentos estéticos de desconstrução de espaços e estados extremos; contaminação de linguagens combinadas e emergentes; e compartilhamento como forma participativa e propagativa.

## **6.2. DESCONSTRUINDO FRONTEIRAS: A DINÂMICA DA EXPERIÊNCIA AUDIOVISUAL NO AMBIENTE DO *STREAMING***

“A desconstrução do vídeo é um procedimento criativo em que há intenção consciente de desmontar a linguagem videográfica, desmontar um tipo de contexto midiático ou uma imagem.” (MELLO, 2008, p. 115).

O termo “desconstruir” possui diferentes conotações conforme o contexto empregado. Para nós, a palavra assume um caráter de analisar, refletir, questionar, expor a desmontagem de conceitos e estruturas pré-formatadas. Esse objetivo reflete na potencialidade de revelarmos expressões subjacentes, marginalizações e compreensões mais aprofundadas de vias fronteiriças alternativas. A aplicabilidade é interdisciplinar, afinal existem diferentes setores que usam a desconstrução, desde segmentos mais formais, até o rompimento cotidiano de ideais convencionais e estereótipos.

Na sociedade contemporânea, pensar na desconstrução, torna-se essencial para refletirmos pensamentos e influências que referem-se a uma abordagem analítica, que desafia as estruturas já simbólicas e conceituais estabelecidas no audiovisual. Portanto,

refletir sobre esse vetor é revelar minuciosamente sobre as complexidades e ambiguidades que nos cercam. Dessa forma, podemos dizer que estamos diante de linguagens e representações que não são necessariamente espelhos para a verdade, mas um sistema permeado pelas diferenças, contradições e complementaridade. Como já mencionado anteriormente, através das extremidades, sobretudo nesse percurso, a desconstrução é uma exposição das fissuras, limitações e bordas que transitamos pelo audiovisual seriado.

Nesse contexto, a desconstrução é um questionamento constante. A dinâmica comunicacional digital é um “desestabilizador” do tradicional, de hierarquias, homogêneas, binarismos/antagonismos. Através dessa leitura, desafiamos separar aquilo que é inseparável e unir o que são conceitos aparentemente opostos. Ou seja, buscamos reavaliar dicotomias tais como online/offline; presença/ausência; dentro/fora; e sujeito/objeto audiovisual.

Diante das práticas audiovisuais contemporâneas, essa manifestação é ainda mais latente, diversa e inovadora. Isso ocorre pela necessidade de diferenciação e possibilidades advindas da tecnologia. Os produtos finais estão cada vez mais se apropriando de mais técnicas disruptivas para questionar sobre as narrativas tradicionais e as formas de distribuição. Dessa maneira, há a própria desconstrução pelas convenções padronizadas previamente estabelecidas por outros modelos de dinâmica e expectativa do público. Com isso, a desconstrução se materializa inclusive na desordem, pois a fragmentação proposta pela Netflix consiste na possibilidades de muitos tempos, muitos espaços e muitas interpretações postas para serem (re)construídas.

A partir dessa reconstrução, conforme esse vetor, as extremidades do vídeo carecem de reflexões críticas sobre a determinação da natureza da produção, representação, circulação e propagação. Os conteúdos, por mais que dialoguem com outras mídias de massas, são experimentações de narrativas e dos códigos da própria plataforma. A expressividade do meio soma-se a inteligência artificial e as montagens, tecnologias, efeitos e novas possibilidades oriundas da conectividade.

Conforme essas possibilidades nos deparamos com o desafio de desconstruir no contexto digital, conforme a originalidade, autenticidade e apreço do público na era da reprodutibilidade técnica. Esse questionamento fronteiriço é um convite para o alternativo emergindo com protagonismo, ou seja, novos rumos, produtos e formas de assistir, sendo priorizadas e ganhando mais notoriedade e destaque em uma “nova” rotina inserida na formação de uma sociedade interconectada.

Essa construção psico-técnico-social, envolve as práticas audiovisuais, principalmente nesse estudo as séries originais da Netflix, pela perspectiva de desconstruirmos esse processo reflexivo e desafiador, que dá luz para complexidades em estruturas estéticas amplamente difundidas e consumidas pelo público, em suma, por gerações jovens.

Pensar na desconstrução é questionar sobre a formação das hierarquias, as organizações e suas fundamentações a partir de elementos e conjuntos sobre as distintas relações, subordinações e sucessão de influência, situações e responsabilidades. Esse questionamento possibilita que consideremos nossas percepções de mundo sobre os pressupostos implícitos e já habitualmente inseridos no contexto midiático. A desconstrução é um convite para exploração de novas formas de expressão e compreensão, de quem assiste e do que assiste.

Por esse vetor, percebemos que o binarismo que é implicado ao audiovisual em conceitos, normas e técnicas, deve ser revisitado. Afinal, o termo indica algo que tem duas unidades ou algo que é composto por dois elementos de informação. E no audiovisual seriado, esse dualismo entra em questionamento por percebermos que existem muito mais que apenas duas vias, ou ainda, que essas vias são convergentes.

Para Mello (2008) a desconstrução do vídeo representa uma ruptura com as convenções da arte audiovisual previamente estabelecidas. O próprio percurso das extremidades, num todo, caracteriza-se pela busca de novas formas de expressão e da crítica sobre linguagens emergentes da cultura digital videográfica. E, particularmente, a desconstrução desafia as fronteiras como meio de formação e expressão.

Tais características formativas e expressivas, em suas limitações intrínsecas, são exploradas no vetor da desconstrução pelo seu caráter expressivo, ao ser desmontado e entendido enquanto singularidades. Esse argumento é explorado a partir da constante evolução que o vídeo se reinventa, cujas desconstruções e reconstruções são constantes, retroalimentativas e plenamente transitório. Para a autora, "o vídeo é um meio híbrido, que se situa nas extremidades do analógico e do digital, do real e do virtual. É neste espaço liminar que surgem novas formas de narrativa e expressão visual" (MELLO, 2010, p. 27).

A noção de liminaridade expressa uma condição de movimento, trânsito e mutabilidade. Entende-se que há uma qualidade traduzida pela ambiguidade ou desorientação, que ocorre em passagens, em momentos ainda não concretos e em suma completude. Para o audiovisual, a partir da desconstrução, o processo crítico é traduzido

pela representação de sua maneira anterior de estruturar sua identidade, tempo depois, uma nova ocupação entre um lugar indefinido, no qual não é possível categorizá-lo plenamente em formas pré estabelecidas e rígidas.

Novas pontas extremas ganham dimensões, e o hibridismo passa a permear a abordagem da desconstrução no audiovisual. Essa “estranheza” resultante da mistura de duas ou mais percepções desconstruídas, provém uma interpenetração de interpretações e manifestações de expressões visuais emergentes na cultura digital. Ou seja, todo produto torna-se único pelas interfaces dos fluxos e o perfil de seus espectadores.

A partir da desconstrução, o público é constantemente convidado a perceber as vias extremas e suas particularidades, ao ponto que, desconstruindo essa completude, podem participar ativamente na construção do significado ao reformatar o produto audiovisual. Conforme a autora, "A desconstrução da narrativa no vídeo abre espaço para uma multiplicidade de vozes e perspectivas, desafiando as estruturas de poder dominantes e promovendo uma reflexão crítica sobre a diversidade de experiências." (MELLO, 2008, p. 108).

A ideia de diversidade é percebida na desconstrução ao romper os paradigmas e estereótipos anteriormente programados. São desafios às convenções das narrativas, estéticas, fluxos e da própria dinâmica instaurada, que estão, constantemente, abrindo espaços para a leitura multidisciplinar a partir da crítica e da participação do observador/espectador.

Para Mello (2008, p. 152) a desconstrução no vídeo transforma a poética envolvida de ordinária para extraordinária, afinal, promovem as rupturas tradicionais da beleza e seus significados. Vale ressaltar que a desconstrução é o vetor que percebe-se com grande presença as transformações sociais.

Essas transformações sociais são camadas da experiência humana desconstruídas na era digital. Para isso, pensemos nas múltiplas transformações tecnológicas que já presenciamos desde a chegada da internet e, tantas outras, que ainda estão a caminho. O que há de comum em todos esses avanços é que o audiovisual sempre esteve inserido. Seja pela forma de captação, migrando a forma como criamos essas imagens; ou pela forma da edição, utilizando *softwares* e inteligências cada vez mais sofisticadas; ou ainda, através de como introduzimos o consumo ao nosso cotidiano, saindo de grades fixas e mídias físicas, para um espaço conectivo.

O audiovisual porta-se como um instrumento de resistência por desconstruir-se e tomar novas formas em todas essas mutações, não apenas a expressão visual, mas a



mentalidade das pessoas que criam e consomem. Além disso, vale ressaltar a forma como determinados produtos, ao desconstruir esses paradigmas e estereótipos, conseguem romper imagens dominantes e propor uma ampliação das vozes marginalizadas e temáticas tabus.

Esse engajamento desconstruído reflete em pautas emergentes que são demandadas pelas próprias gerações. Como forma de inspirar e explorar novas possibilidades de ver e fazer audiovisual. Nesse procedimento, o real e ficcional se combinam, afinal, "a manipulação digital no vídeo permite a desconstrução das noções convencionais de realidade, criando mundos virtuais onde os espectadores são convidados a questionar suas percepções." (MELLO, 2008, p. 47).

Seja através dos efeitos utilizados, ou das pautas tratadas, essa manipulação interfere em pensarmos a desconstrução sobre os próprios significados que os cercam. Portanto, vale frisar que o vetor de desconstrução é aplicado em fragmentações que instigam os olhares para compreender a ruptura das noções tradicionais de início, meio e fim.

De acordo com a abordagem das extremidades, a desconstrução é um procedimento criativo em que há a intenção de desconstruir e reconstruir a noção de objeto artístico em seus moldes tradicionais de produção, de forma a romper com um significado para se obter outro. Esse procedimento pretende negar o próprio meio para, então, expandir seus limites

A desconstrução observada pela lógica do inacabado, relaciona-se com a Netflix. Conforme Mello (2008), o vídeo em seu estágio latente firma seu valor de experiência e vivência, não de produto ou mercadoria. Podemos pensar nessa ótica sobre a imaterialidade e não linearidade do fluxo de mídias, afinal, não trata-se de um produto o que consumimos, tampouco um modelo de dinâmica rígida e padronizada.

A desconstrução proposta pela autora, no que tange os limites e transgressões do vídeo, dá luz a estranhamentos e conexões entre o analógico e a digitalização. O processamento digital permite que imagens analógicas sejam absorvidas e manipuladas. E a cultura da convergência das mídias possibilita que mais intervenções aconteçam através do acesso a acervos e tecnologias, permitindo administrações, contextos e imagens bem mais híbridas e heterogêneas.

No *streaming*, a desconstrução do audiovisual envolve a desmontagem de um significado para obtenção de outro, através de experiências sensoriais e novas combinações tecnológicas. A própria lógica de distribuição é desconstruída, afinal, esse

tipo de fluxo rompe a linearidade da programação televisiva e a dimensão da radiodifusão como epicentro do consumo audiovisual.

Fica evidente que desconstruir o *streaming* é separar os preceitos trabalhados da sociedade, tecnologia e subjetividade. Afinal, "a desconstrução do espaço no vídeo promove uma reflexão sobre as relações entre corpo, tecnologia e ambiente, destacando as interações complexas que moldam nossa experiência perceptiva." (MELLO, 2008, p. 157).

No contexto do *streaming*, a visualização e formação de imagens ocorre exclusivamente em dispositivos conectados à internet. O fluxo é instaurado a partir de uma fragmentação do espaço mediada por interfaces tecnológicas, algoritmos e perfis de consumos que variam de usuário para usuário. Dessa forma, nos questionamos sobre a desconstrução dessas mediações tecnológicas, que moldam sincronicamente a maneira como habitamos os ambientes digitais e como isso influencia a dinâmica comunicacional que estamos inseridos cocriando ativamente.

O caráter complexo desconstrói espaços, narrativas, linguagens e consumos, que ocasionam transformações que geram pontuações extremas na experiência e presença percebidas nos contextos das ecologias digitais. Portanto, não apenas os conteúdos ganham novas conotações, mas, principalmente, os espectadores que desconstroem e reconstroem os formatos e processos audiovisuais durante tal consumo.

Essa significação sensória e subjetiva destaca-se pela fluidez e instabilidade das formas dos sujeitos e das visualidades. "A desconstrução das fronteiras entre o eu e o outro no vídeo promove uma reflexão sobre as identidades fluidas e em constante transformação na era digital." (MELLO, 2008, p. 127).

Portanto, o vetor de desconstrução do *streaming* acontece, em um primeiro momento, pela negação de um estado/formalidade/fixidez para, assim, em um segundo, a reversão, ressignificação e expansão de seus limites, conexões e extremidades. A leitura desconstrutiva, conforme Lombardi (*apud* MELLO, 2022), evidencia a apreensão da realidade através de experiências sensoriais (acrescento também a vivência tecnológica e social conectiva) como um dimensionamento de descoberta para testagens e experimentações.

A desconstrução, enquanto ruptura das fronteiras, evoca no audiovisual, uma reflexão sobre corpo, mente e tecnologia na era digital. A partir da presença no ecossistema comunicacional digital e de linguagens que são reordenadas e amplificadas

por preceitos psico-técnico-sociais em interações complexas que moldam nossa experiência perceptiva.

### **6.3. CONTAMINAÇÃO DE LINGUAGENS: FLUÍDO DIGITAL NO *STREAMING***

“Nos procedimentos de contaminação do vídeo, a sua linguagem é colocada em discussão a partir de outras linguagens, como uma convergência incessante de contrários, geradora de síntese e potencialidade poética.” (MELLO, 2008, p. 139).

O vetor de contaminação instiga as linguagens emergentes no ecossistema comunicacional digital. O uso desse termo consiste no entendimento de transmissão de algo, ou seja, contato, passagem, contágio, poder de linguagens que incidem sobre si próprias e sobre outras que as tocam. Para Mello, trata-se de uma ação estética descentralizada, que permeia a associação de múltiplas linguagens/possibilidades sógnicas ao dialogarem em uma manifestação audiovisual.

As possibilidades de contaminação dão luz a espaços híbridos, novas formas de narrativas e expressões visuais. Isso porque esse vetor amplifica a linguagem do vídeo com outras que são contaminadas. Mello (2008) trata essa lógica como o *vídeo+*, que refere-se à expansão do vídeo para elementos interativos, imersivos e participativos, oriundos, principalmente, da cultura digital (como videoclipe, videodança, videoteatro, videoperformance, videocarta, videopoesia, videoinstalação e intervenções midiáticas no espaço público). .

Com essa absorção, o vídeo desloca-se de um estado meramente passivo, para ocupar linguagens que permitem uma experiência sensorial e participativa. As tecnologias emergentes proporcionam essa abertura, afinal, há um cruzamento constante de interferências bióticas e abióticas que proporcionam isso. O vídeo passa a ter espaço em habitats como a inteligência artificial, realidade aumentada e mídias sociais.

Para esse estudo, a abordagem de somatória do vídeo, amplia os horizontes da dinâmica audiovisual contemporânea do *streaming*. Afinal, há uma adaptabilidade e mutabilidade que ocorre em detrimento dos ambientes digitais, das produções seriadas e das demandas sociais dos espectadores.

O audiovisual contaminado desafia o tradicional. Ou seja, há um questionamento sobre as linguagens seriadas, sua autoria, recepção, propagação e performance. Não trata-se de uma substituição, muito pelo contrário, esse tipo de vetor

eleva as representações e explora as fronteiras desconstruídas, afinal, estamos presenciando uma transformação que permite a evolução de categorias fixas e, anteriormente, entendidas como imutáveis.

A criação desses espaços de interseção e diálogo surge a partir da contaminação entre imagens, movimentos, sons, pessoas, lugares, ideias, entre outras manifestações. Esse vetor pode ser interpretado como um convite entre a obra e seu espectador, de forma que cada participação e percepção sensorial evidencia uma construção de significado, experiência estética e uma nova combinação de linguagens ativas nessa conexão.

A contaminação inserida nas extremidades do vídeo permite a compreensão das linguagens para além dos dispositivos, ou seja, combinação de linguagens que surgem através de experimentações criativas que ampliam o pensamento, participação e espaço sensorial. Segundo Mello (2008), esse processo de contaminação agrega ao audiovisual outras linguagens, possibilitando outras formas de expressão e recepção, entretanto, não o anula enquanto significado particular e suas características próprias.

Portanto, ao reconhecer essa incidência e a lógica do *video+*, podemos nos questionar: O que é contaminado nas séries originais Netflix distribuídas pelo *streaming*? Ou ainda: Quem contamina e é contaminado nessas linguagens. narrativas e fluxo de mídias?

Para buscarmos respostas, partimos da ideia que a soma dessas linguagens não pode mais ser lida separadamente. A pesquisa de Gropo (2019) foca principalmente no vetor de contaminação. Ele diz que as linguagens se apropriam do real, para serem compreendidas como um processo e acontecimento, tendo seu significado pautado pelo contexto do trabalho e não apenas como produto. Tais características dão espaço para contaminação, ao propor um tipo de leitura estética descentralizada, cuja linguagem é modificada e potencializada ao ter contato com outra linguagem. No contexto de ambas pesquisas, a linguagem se mantém coesa, sem se dissolver ao criar essas pontes, pelo contrário, a contaminação é um toque irreversível para amplificar os discursos e dinâmicas na era digital.

A Netflix, em seu formato seriado original distribuído pelo *streaming*, extrapola a própria dimensão de uma contaminação localizada especificamente entre as linguagens. Podemos pensar para além delas, afinal, há uma comunicação multifatorial que engloba diversas manifestações que incidem nessas produções e formas de acesso, tais como, a tecnologia da informação; as artes visuais; os códigos e suas

artificialidades; as metáforas e identidades traduzidas nas narrativas seriadas; entre outras. Dessa forma, essa dinâmica é contaminada para atravessar os contextos psicológicos, tecnológicos e sociais.

Essa transversalidade é uma interação dinâmica e simultânea, afinal o tempo e espaço do espectador é partilhado ao tempo e espaço daquilo que assiste. A interação entre a série e quem a assiste desafia as fronteiras entre o eu e o outro, o dentro e o fora, o que é contaminado e quem contamina. Afinal, a contaminação se dá através de elementos formais da linguagem, mas também entre os sujeitos, tecnologias, experiências e conexões entre o centro e seus extremos.

A ramificação desses questionamentos atinge a ideia de termos contaminações nas séries originais Netflix que são consequências de ideias, percepções, espalhamentos da sociedade e da mentalidade de gerações contemporâneas. Pois a contaminação nessas produções audiovisuais são expansões do consumo e reconsiderações individuais, coletivas, tecnológicas e transformações constantes, que localizam-se na infinitude dessas noções e pensamentos.

O cruzamento anteriormente proposto reafirma a ideia de Mello (2008, p. 139) que o vídeo não deve ser compreendido enquanto uma linguagem acabada, mas sim, uma leitura co-participativa entre processos, dispositivos e outras linguagens somadas. As séries, portanto, podem ser absorvidas nesse vetor das extremidades do vídeo como um procedimento, cuja linguagem é colocada em questionamento com outras linguagens, em constante convergência, complexidade e movimentação acelerada.

Ao analisar as dinâmicas comunicacionais contemporâneas que atravessam o audiovisual em plataformas de *streaming*, sobretudo na lógica operada pela Netflix, torna-se necessário deslocar a centralidade da análise tradicional. Não se trata apenas de compreender a obra enquanto narrativa linear, autônoma e fechada em si, mas de observar os deslocamentos que ocorrem nas suas bordas: nas extremidades do vídeo. Este conceito, tal como mobilizado nesta pesquisa, refere-se às zonas de interseção e de fratura do conteúdo audiovisual, onde a linguagem do vídeo se relaciona, tensiona e colide com outros modos de expressão, outros formatos midiáticos e outros regimes de visibilidade.

Essas extremidades não são apenas técnicas como créditos, trailers, menus interativos, thumbnails ou algoritmos de recomendação mas operam como dispositivos de ativação do fluxo comunicacional, permitindo que o vídeo extrapole a tela e se projete em um sistema ecossistêmico de interações. São nessas bordas onde ocorrem

inflexões significativas: modificações estruturais e culturais que alteram não só a forma como os conteúdos são organizados, mas principalmente como são experienciados. Vivemos uma estética da mobilidade, em que as linguagens se tornam contaminadas e porosas, dissolvendo os limites entre emissor e receptor, obra e contexto, forma e ruído.

A noção de extremidade também incorpora uma ideia de trânsito: aquilo que conecta, que escapa, que reaparece em outras materialidades. Não por acaso, muitos produtos audiovisuais hoje se tornam referências fragmentadas em GIFs, memes, vídeos curtos, comentários em redes ou fanfics, todas formas que constituem uma reconfiguração discursiva operada pela cultura digital. Trata-se de uma lógica rizomática, como propõe Deleuze e Guattari (1995), em que o sentido se multiplica nas conexões e se transforma nas repetições. As extremidades, assim, deixam de ser marginais para se tornarem estruturantes da experiência contemporânea do audiovisual.

Nesse sentido, é possível afirmar que as extremidades do vídeo se constituem como zonas de inflexão, um conceito que aqui ultrapassa seu uso técnico para adquirir uma densidade epistemológica. Inflexão, neste trabalho, é compreendida como a via que permite à linguagem audiovisual se curvar, acolher e integrar outras linguagens, sem que perca necessariamente sua identidade, mas que a reformule no contato. Ao contrário de uma perspectiva hierárquica e vertical, estamos diante de um modelo comunicacional de somatória, em que o valor emerge da contaminação, da plasticidade e da intensidade relacional entre os elementos.

As séries, portanto, podem ser absorvidas nesse vetor das extremidades como um procedimento, cuja linguagem é colocada em questionamento com outras linguagens, em constante convergência, complexidade e movimentação acelerada. Dessa forma, “podemos pensar que, na contaminação, uma experiência artística é constituída de várias linguagens ou elementos em diálogo, sem ter hierarquia entre eles.” (ARAÚJO in MELLO, 2022, p. 103). Na perspectiva que estamos construindo esta pesquisa, vale frisar que a contaminação trata-se de uma experiência que é sinônimo de integração e diversidade. Afinal, estamos tratando de diálogos coesos e múltiplos. Essa visão rompe a concepção tradicional que certas linguagens e dinâmicas possuem primazia sobre outras no contexto audiovisual. Em vez disso, transporta esse pensamento para uma contaminação contemporânea embasada em uma proposta fluída, integrada e com viés de somatória, não de hierarquia entre as combinações de linguagens.

Para o *streaming* da Netflix, “a contaminação surge pelo convívio simultâneo das linguagens digitais, orgânicas e audiovisuais.” (RECH in MELLO, 2022, p. 180), ou seja, percebe-se essa ideia da contaminação a partir das ampliações das possibilidades criativas, interpretativas e interativas. Afinal, esse tipo de dinâmica permite que cada elemento contribui individualmente e coletivamente para uma construção audiovisual consumida de maneira seriada. Nesse sentido, reafirmamos a premissa de liberdade de escolha, expressão, experimentação e movimentação, afinal, o fluxo de mídias incentiva que as bordas criativas oscilem entre as linguagens e, ao mesmo tempo, as tornem únicas.

Esse processo nos leva a compreender que a Netflix, ao operar na lógica do pós-digital e da cultura pós-convergente, não apenas disponibiliza conteúdos audiovisuais, mas institui uma gramática comunicacional própria, em que a série, o vídeo, o algoritmo, o menu, o conteúdo adicional e o comportamento do usuário se fundem em um tecido semiótico indissociável. As extremidades do vídeo, nesse contexto, são também as extremidades do sujeito espectador, convidado a atuar não mais como receptor passivo, mas como agente imerso em camadas de interpretação, decisão e remixagem. O estudo dessas inflexões e de suas implicações nos permite tensionar os discursos celebrativos da inovação tecnológica e propor uma leitura crítica dos modos como o streaming reorganiza os sentidos, os fluxos e os afetos na contemporaneidade.

Essa abordagem também promove uma visão mais amplificada da produção audiovisual. Ao reconhecermos e valorizarmos as particularidades de cada obra, precisamos evidenciar outras expressões que incidem individualmente em cada processo criativo. Por possuir em seu catálogo títulos originais oriundos de diferentes países há uma perspectiva da contaminação de vozes e representações locais, que são contaminadas e extrapolam as fronteiras territoriais, para atingirem um consumo global e com múltiplas apreciações do público. Ao mesmo tempo, mesmo atribuindo diferenciações, há contaminações pela semelhança de narrativas mundialmente consumidas, ao ponto que, mesmo amplificando as fronteiras para linguagens mais heterogêneas, existe um cercamento conforme o interesse da mantenedora para um consumo uniforme por mais espectadores em sua zona de alcance.

A diferenciação, portanto, é percebida através da interação das linguagens audiovisuais entre os elementos narrativos, visuais e sonoros, conforme as séries podem refletir de forma mais complexa a experiência e metáfora humana, abordando uma

variedade de temas, questões sociais e maneiras sensíveis de questionar o tensionamento entre ficcional emitido pela tela e a realidade vivenciada pelo sujeito.

Na era da conectividade, estamos constantemente contaminados por informações, imagens, redes e ideias. Essa intensidade constante reflete a geração que está inserida no contexto da conectividade. Nos tornamos sujeitos carentes de consumir e produzir todas essas linguagens, ao ponto que, um dos maiores desafios, é explorar as possíveis vias e produtos limítrofes de qualidade, impacto positivo e transformação significativa.

Os cruzamentos propostos na contemporaneidade ampliam o entendimento do que pode ser cada uma das linguagens, reconfigurando o meio e gerando novas potencialidades que rompem com as modalidades fechadas e segmentadoras da arte. (ARAUJO in MELLO, 2022, p. 103).

A ideia de inflexão, aqui, não se apresenta como borda passiva ou final de percurso, mas como região ativa de atravessamento. Não se trata de pensar limites como fechamento, e sim como zonas onde as linguagens se esticam, se dobram, se chocam e, sobretudo, se redimensionam. É nesse espaço ampliado onde formatos audiovisuais colidem com práticas de navegação, algoritmos e códigos afetivos que encontramos as principais inflexões da cultura pós-convergente. O *streaming*, com sua natureza instável e orientada à customização, torna-se um campo fértil para esse deslocamento contínuo. Essa leitura crítica não é mais o “depois”, mas o lugar onde a própria linguagem se reinventa, sem solicitar permissões.

São questões importantes para a contemporaneidade perceber esses cruzamentos, afinal são compreensões embasadas nos limites que a contaminação atinge na era digital. Ou seja, em um habitat cada vez mais conectado, as linguagens emergentes e as conexões expandidas, desafiam o questionamento das fronteiras e da subjetividade humana, afinal, esse contágio interfere nas noções de fronteira entre público e/ou privado; virtual e/ou físico; humano e/ou artificial; ficcional e/ou real; fake e/ou fato... entre outros.

Nesse sentido, o que antes era compreendido como elemento complementar, sinopse, *thumbnail*, cena deletada, *making of*, comentários hoje se incorpora como parte constitutiva da experiência. Há um giro de sentido: o que era margem vira eixo; o que era ruído ganha forma narrativa; o que era excesso passa a ser estrutura. Essas extremidades comunicacionais são onde o *streaming* se expressa com mais força, pois ali estão as direções que desafiam qualquer tentativa de estabilizar o audiovisual como



um campo fechado. As séries não se encerram em si; elas se prolongam em memes, playlists, filtros e fóruns, em um estado de reiteração dinâmica que não busca o fim, mas o próximo engate.

Percebemos que uma das vias possíveis da contaminação é justamente trabalhada pela conotação do “e/ou”. O uso dessas conjunções indica a possibilidade, variedade de situações, elementos distintos que são considerados separadamente ou em conjunto. Trata-se de uma contaminação que exime sentido ao ser tratada como uma combinação das palavras “e” e “ou”, indicando que a condição especificada pode ser aplicada individualmente (com “ou”) ou simultaneamente (com “e”).

Dessa forma a contaminação torna-se um processo em que uma linguagem se une a outra, alterando o movimento original, e dando novos direcionamento e sentidos, mas sem perder características previamente firmadas. “A contaminação do vídeo é o vídeo observado em constante movimento e complexidade, em sua forma sónica e descentralizada.” (MELLO, 2008, p. 139).

A contaminação, por evidenciar a migração de linguagens, desafia as fronteiras conectivas implicadas nos meios, mensagens e formas, fazendo com que, através de produções audiovisuais, possamos reconsiderar as próprias noções e presença da identidade, participação e experiência na era digital.

Falar de inflexão é, portanto, nomear esse movimento de torção da linguagem audiovisual, que já não se curva às formas tradicionais, mas se expande por eixos múltiplos e indeterminados. A temporalidade da recepção não é mais regida por uma linearidade imposta, mas modulada por hábitos, escolhas e interações singulares. Um episódio pode ser assistido fragmentado, acelerado, interrompido, remixado e ainda assim manter seu potencial expressivo. Essa maleabilidade, porém, não dissolve a potência estética da obra: ela apenas muda de lugar, deslocando-se das amarras formais para zonas de ativação mais sutis, mais fluidas, mais abertas ao toque do espectador.

Conforme Colvara (2022, p. 18) o vetor de contaminação dá luz a essas novas linguagens, mas extrapola a ideia do hibridismo entre sistemas analógicos e digitais. Para a autora, há uma multiplicidade de linguagens convergentes em ambos ambientes, não de forma separatista, mas um encontro entre uma conectividade que fornece a base para o desenvolvimento de novas manifestações artísticas, incluindo por ela, novas formas de se comunicar.

Vale ressaltar que a contaminação, a partir da leitura crítica da Netflix, investiga esse percurso a partir da somatória complexa oriunda de diversos mecanismos.

Podemos incluir os algoritmos de recomendação, viralização de conteúdo, a interação permitida pela plataforma, a interface e disponibilidade das obras, os enredos abordados, entre outros artifícios que, ao serem combinados, influenciam as percepções e usabilidade dos espectadores imersos nesse fluxo *streaming*.

Nesse percurso, o hibridismo deixa de ser exceção e passa a ser matéria-prima. Não se trata de juntar por juntar, mas de instaurar uma convivência tensa, onde diferentes códigos e sensibilidades disputam espaço e, nesse embate, geram novas possibilidades de sentido. O visual não prescinde do verbal, o sonoro se entrelaça ao interativo, e o técnico se confunde com o sensível. Essa operação híbrida se revela sobretudo nas extremidades, onde o gesto de comunicar já não é mais propriedade de uma linguagem, mas o resultado de um entrelaçamento constante de signos em fluxo.

Pensando especificamente nas séries originais, nos amparamos na pesquisa de Riato e Mello (2020) que debruça sobre o cinema, entretanto, há similaridades nos pensamentos que podem ser adicionados no presente estudo. tais semelhanças não se localizam no fim da narrativa, mas nas frestas entre seus formatos, nas sobreposições que se acumulam entre os objetos estudados, nos vazamentos que escapam da tela para a rede. Nesse contexto, estudar as extremidades não é mapear margens, mas decifrar os novos centros móveis da experiência audiovisual.

Para as autoras, a leitura das extremidades revela que não é possível falar do cinema de forma separatista de outras linguagens, afinal, trata-se de uma construção amparada justamente nessa pluralidade. Para as séries, sobretudo originais Netflix, a ideia se repete, inclusive absorvendo a própria linguagem cinematográfica. As pluralidades que sustentam a lógica da inflexão: uma curvatura do olhar, da escuta e do gesto comunicante em direção ao que escapa do previsível. É nesse ponto, e não no centro regulador do discurso, que a linguagem encontra potência para se recompor diante de um cenário saturado e em constante estado de movimento.

As séries, assim como o filme estudado pelas autoras, se torna uma obra aberta para outras leituras e experiências, pois ampliam o espaço sensorial da obra e possibilita uma interação, que emerge da simbiose contaminada, entre a natureza e tecnologia, ou como estamos denominando, entre fatores bióticos (vivos) e abióticos (não vivos) interconectados.

E é justamente por essa via que Netflix se inscreve como agente ativo desse jogo de reconfigurações. Não apenas por produzir conteúdos, mas por desenhar os contornos através dos quais esses conteúdos são percebidos, desejados, replicados. A plataforma,

ao operar sobre as extremidades, tanto estéticas quanto operacionais, desloca os eixos da comunicação audiovisual e nos desafia a repensar o que, afinal, constitui uma obra em tempos de hiperconexão e deslocamento contínuo.

Podemos considerar que, as extremidades do vídeo, é um processo conjunto de escrita (RECH in MELLO, 2022, p. 182), leitura e criação, afinal as estranhezas, emergências, novidades e instabilidades são previstas e mutáveis conforme essa contaminação coletiva e participativa em meio as desconstruções, soma de linguagens e espaços para que sejam ressignificadas na cultura digital.

#### **6.4. PODER EM REDE: COMPARTILHAMENTO NO ECOSISTEMA DO *STREAMING***

“Criar espaços de compartilhamento implica criar comunidades. Significa a potência do colaborativo, em que a experiência é compartilhada em rede”. (MELLO, 2017, p. 16).

O uso do termo compartilhamento varia sua conotação conforme empregado. De forma mais amplificada, o compartilhamento refere-se ao processo de dividir algo com outras pessoas, nesse caso, podemos pensar na partilha de informações, recursos, ferramentas, experiências, entre outros. Diante a ideia de ação de distribuir algo com alguém, podemos expandir para áreas sensoriais, como conhecimento, ideias, emoções, arquivos digitais, entre outros.

Nesse contexto digital, o compartilhamento é empregado também com a referência de troca de conteúdos online. Dessa forma, estamos falando de uma divisão de dados conectadas, que englobam, compartilhamento de postagens em redes sociais digitais, envio de arquivos, colaboração em tempo real de arquivos digitais, ou ainda, assistir algo compartilhando telas e experiências. Esse último exemplo se aplica ao pensarmos as novas formatações de distribuição de arquivos audiovisuais, ou, como podemos refletir, o fluxo de mídias explorado pelo compartilhamento de dados do *streaming*.

O compartilhamento na esfera social, se aplica às interações sociais que aproximam pessoas, grupos e criação de comunidades. Tal compartilhamento pode ser imaginado desde a noção de dividir seu próprio espaço, como também envolve a ideia de tornar algo acessível ao outro. Seja de forma física ou, principalmente nesse estudo,

os compartilhamentos digitais promovem a colaboração, cooperação e agenciamento a partir da presença dos espectadores em plataformas que propiciam isso.

Conforme Macedo e Mello (2021) o compartilhamento possibilita o contágio ao atuar sobre a propagabilidade de sentidos, linguagens e formatos presentes, sobretudo, nas redes sociais digitais. Conforme as autoras, esse vetor das extremidades do vídeo é uma conexão que altera a dinâmica comunicacional digital, ou podemos dizer, uma característica crucial para o audiovisual contemporâneo intrínseco a essa dinâmica. Trata de pensarmos sobre as mudanças que ocorreram, a partir do advento da internet, que insurgiram na produção, recepção e compartilhamento desses conteúdos seriados.

Pensar a era digital sem o compartilhamento, ainda segundo os pensamentos das autoras, é imaginar as redes sociais digitais sem força, sentido e poder. Afinal, o âmago que esses espaços nutrem é, de fato, o que foi mencionado anteriormente na combinação de todos os sentidos percebidos ao termo: construções de comunidades on-lines; partilha do cotidiano, ideias e reflexões; entre outros.

Através desse vetor de compartilhamento, o compartilhamento pela ótica do *streaming* também inclui-se na distribuição escalável dos conteúdos audiovisuais. Essa transmissão contínua permite aos espectadores um consumo conforme múltiplos tempos, anseios e espaços. Essa entrega de conteúdos descentralizada, permite uma reprodução cujo consumidor tem em mãos todo o processo de fruição.

Portanto, ler criticamente através do compartilhamento, representa, conforme Mello (2008) um cenário de passagem de narrativas passivas para narrativas dinâmicas e interativas. Afinal, expandindo a lógica da radiodifusão e adicionando interfaces participativas, o audiovisual atinge ambientes interativos, ao tornar-se um arquivo que é interligado a outros arquivos, compartilhados entre si e para além de si próprios. “O compartilhamento do vídeo representa sua passagem de uma narrativa acabada para a construção dinâmica e interativa da narrativa.” (MELLO, 2008, p. 196).

Essa ponta extrema permite a transmutação e partilha de um formato inicial, que ganha forma e transforma-se em outro, com nova conotação, interação e ambiência. Essa confluência é marcada pela presença do vídeo nas redes de comunicação, dispositivos tecnológicos e onipresença na sociedade. Afinal, essa transformação incide em tornar cada vez mais presente o conteúdo digital no contexto do consumo.

Na sociedade pós-convergência midiática, como mencionado e inserido o objetivo deste estudo, o compartilhamento tornou-se uma das práticas fundamentais para o entendimento e instauração da era digital. Tal afirmação sustenta-se nas

mudanças que impactaram todas as esferas ao criarem uma dimensão de evolução sensorial, tecnológica e social, em mudanças de criação e recepção de fenômenos comunicacionais.

Mais uma vez, as fronteiras são desafiadas. Nesse percurso de leitura, a partir do compartilhamento, entendemos o processo como uma expansão dinâmica e interconectada. Tais fronteiras tornam-se fluídas e permeáveis no diálogo possibilitado pelo compartilhamento entre as pontas extremas do criador e do espectador, que agora, confundem-se enquanto participação e presença nesses espaços, em outras palavras, criadores são espectadores, da mesma forma o contrário, espectadores também criam. Ao ocupar o espaço do compartilhamento de vídeos online, os usuários se tornam coautores de uma narrativa em constante evolução, onde cada visualização adiciona uma nova camada de significado.

“As novas tecnologias são como intermediários” (MOREIRA; GARROSSINI, 2023, p. 77-78) para refletirmos as novas formas de criação e participação na web. A partir do compartilhamento, temos noções que afirmam que o audiovisual não define-se como processos de captação de imagens, sons, movimentos e edições. A obra do audiovisual é um consumo inacabado, que sozinha não possui sentido, ou seja, precisa ser assistida e interpretada.

Como forma de ressignificação, o compartilhamento altera a própria linguagem original do conteúdo, pois é aberto ao processo de participação, questionamento e discussão. Atingindo novos patamares, espectadores, espaços, tempos e complexidades. Para Mello (2005) essa intervenção entre mídias, permite a conectividade se apropriar do audiovisual inacabado para constantes participações e produções de novos sentidos.

A cultura participativa e colaborativa transcendem as barreiras geográficas e culturais, e permitem um espaço de criação e experimentação ativa para seus usuários. Nessa ótica, a distinção entre o real e a reprodução estão em uma linha tênue, afinal, todos estão munidos desses espaços criativos.

Para os recursos da Netflix, o compartilhamento é também informação, afinal, são dados que permitem o tensionamento do alcance de suas obras e implicam na continuidade das mesmas. Além disso, muitos títulos já são “encomendados” com esse caráter de propagação, atribuindo na narrativa o estímulo de participação para além dos episódios.

Esse caráter de propagação não se limita a uma recepção fanática, mas mobiliza uma engrenagem afetiva e algorítmica onde cada clique, comentário ou

compartilhamento é simultaneamente gesto e dado. O consumo se entrelaça à performance social, transformando o espectador em extensão da própria estratégia narrativa da plataforma. A experiência com o conteúdo deixa de ser um ponto de chegada e passa a operar como disparador de novos ciclos de visibilidade, recomendação e pertencimento. Diante disso, mais do que assistir ou maratonar, consome-se sob demanda e por adesão, em uma economia de engajamento que atravessa e redefine os modos de existir e narrar na contemporaneidade.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Chegar às considerações finais não significa, portanto, buscar um ponto conclusivo ou definitivo. Em se tratando da cultura digital e de seus desdobramentos, o tempo é outro, ou seja, mais líquido, interativo e, sobretudo, instável. O que se propõe aqui é uma reticências analítica, pontos de inflexões para observar os rastros deixados por uma plataforma que, ao se estabelecer como fenômeno audiovisual, também reconfigurou hábitos, linguagens e modos de vida.

Estudar a cultura digital é reafirmar as constantes transformações na sociedade. O consumo se transforma diariamente e, conseqüentemente, as tecnologias e os consumidores também. O que é uma *trend*<sup>24</sup> hoje, nas redes sociais digitais, amanhã torna-se obsoleto. Essa constante mutação é característica central desse ecossistema. Afinal há uma tempestade temporal de múltiplos “relógios” que acontecem simultaneamente, ou seja, diferente de uma programação televisiva, com horário marcado para exibição de, por exemplo, um conteúdo seriado audiovisual, as plataformas de *streaming* permitem que o mesmo conteúdo seja transmitido em lugares, tempos e telas distintas.

Essa lógica líquida e instável do tempo, característica das dinâmicas digitais contemporâneas, nos convida a repensar não apenas o modo como consumimos, mas também como nos relacionamos com as narrativas que atravessam esse ecossistema. Ao contrário da linearidade televisiva, que organizava o cotidiano em blocos fixos, o *streaming* consolidou no Brasil, a partir de 2011, com a chegada da Netflix, uma simultaneidade complexa e multitemporal, onde passado, presente e futuro se entrelaçam sob demanda. O espectador deixa de ser apenas público e torna-se também curador, editor e difusor de sentidos. Nesse cenário, estudar a Netflix e sua atuação no território nacional brasileiro, especialmente após uma década de presença consolidada, é refletir sobre as alteridades de um modelo que opera não só pela técnica ou pela linguagem, mas pela captura do tempo e da atenção, bens escassos e cada vez mais disputados na cultura digital entre o período de 2011 e 2021.

---

<sup>24</sup> Em português “tendência” consiste, para esse estudo, em temas capazes de captar atenção suficiente em meio ao grande volume de conteúdo, ganhando notoriedade nos espaços comunicacionais entre usuários e organizações. A persistência de uma tendência depende do envolvimento repetido dos criadores e de limiares de popularidade que podem ser previstos por monitoramento das redes sociais digitais e a entrega do algoritmo.

O que podemos nos questionar, prestes a findar a tese, é onde de fato ocorreu a mudança com a chegada da Netflix? Mudou-se apenas a quantidade de telas que podemos assistir determinada série, ou a forma como nos portamos frente a elas? Mudou-se a oferta de títulos, ou a criação de um desejo insaciável de consumir? A passividade de fato foi rompida, ou aceitamos silenciosamente as escolhas artificiais que são determinadas como as “ideais” para nosso perfil?

A maior transformação não foi tecnológica, mas simbólica para a sociedade inserida na dinâmica conectiva. Incorporamos a tecnologia como algo cotidiano das nossas relações, tudo e todos estão conectados. A incorporação das artificialidades no ecossistema comunicacional reflete a afirmação anterior. Cada vez mais é complexo identificarmos o que é ou não extraído do mundo real enquanto completude, não como inspiração para que inteligências regenerativas sejam capazes de conotar outras amplitudes.

Para além da Inteligência Artificial Generativa, centrada na criação de conteúdos a partir de padrões preexistentes, ganha emergência a noção de Inteligências Regenerativas, que desloca o eixo da lógica de produção para a da restauração. Enquanto a IA Generativa tende a otimizar e replicar modelos e dinâmicas, a perspectiva regenerativa se orienta pelo gesto de curar e revitalizar sistemas, sejam eles de ordem biológica, social ou tecnológica.

Nessa visão, de uma forma de inteligência artificial cujo propósito não reside apenas no crescimento ou na eficiência, mas na reparação de danos, na busca de resiliência e na promoção de processos sustentáveis. Invés de simplesmente gerar novos dados ou produtos, as inteligências regenerativas se afirmam como instrumentos de recuperação, corrigindo falhas e prolongando a vitalidade de ecossistemas complexos, assim como o fluxo *streaming*.

O ingresso da Netflix no Brasil em 2011 não foi apenas uma mudança na oferta de conteúdos, mas uma disrupção nas engrenagens do consumo audiovisual da América Latina e de todo o globo. O que antes era ancorado no tempo linear da grade televisiva passou a ser comandado pela lógica do clique e do algoritmo. Com a celebração de uma década em 2021, a plataforma reforçou sua identidade não só como distribuidora, mas como mediadora de narrativas e desejos, moldando o comportamento cultural de uma geração marcada pela conexão ininterrupta.

Tal entrada no mercado seriado brasileiro desestabilizou antigas hegemonias e redesenhou o jogo das grandes empresas que, até então, detinham o controle do fluxo



audiovisual. O impacto foi sentido não apenas nos modelos de negócio, mas também nos hábitos cotidianos, por exemplo, as assinaturas de TV a cabo encolheram enquanto os números de usuários de plataformas de *streaming* expandiram. Hoje, em conversas informais, é comum ouvir alguém dizer “não assisto mais TV aberta”, percebe-se que trata-se de uma frase simples, mas carregada de sentidos e implicações culturais. Afinal, o que se assiste então? Apenas o *streaming*? Ou também reverberações, fragmentações e compartilhamentos que circulam nas redes sociais digitais, expandindo o consumo para muito além da tela? Essa pergunta, carregada de indícios, sinaliza que não se trata apenas de uma troca de plataformas, mas de uma inflexão profunda nas formas de experienciar o audiovisual e de tensionar o *streaming* pela fronteira do esgotamento implica criticá-lo quando reduzido unicamente à função de distribuição, perspectiva que, a nosso ver, o empobrece, já que sua dimensão se estende muito além dessa lógica estrita.

A expansão das conexões da Netflix ao tornar-se tão brasileira como seus fãs reposicionou as peças estratégicas da dinâmica do audiovisual como um xaque mate inesperado em uma partida longa e, até então, imprevisível. As emissoras tradicionais, acostumadas a jogar com reis estáveis e torres blindadas pela lógica da grade fixa, viram-se diante de um peão ágil, que atravessou fronteiras com estratégia silenciosa e conquistou o centro do jogo sem grandes alardes. A plataforma não apenas jogou, ela mudou as regras, e assim, afirmamos que fundamentou as inflexões via *streaming*. Estúdios, produtores e canais precisaram aprender novos movimentos, repensar seus conteúdos diante de um adversário que pensa por algoritmos, antecipa jogadas e molda o desejo do espectador. O tabuleiro, antes estático, agora se move com o toque do usuário. E, nesse novo jogo, nem sempre quem começa com vantagem termina em posição de vitória. Afinal, sua chegada, em 2011, marcou um novo ciclo na história do audiovisual brasileiro, mais de seis décadas após a primeira transmissão televisiva no país.

Portanto, podemos dizer que a primeira era da Netflix no Brasil consolidou-se como um marco de ruptura e reconfiguração no panorama audiovisual do país. Sua chegada simbolizou o rompimento com um sistema televisivo tradicional, hegemônico por canais que ocupavam posições cativas nos rankings de audiência e que ditavam, de maneira vertical, o que seria exibido e consumido. A plataforma não apenas conquistou o público, mas também reposicionou os bastidores, reconfigurando práticas de produção, ampliando as possibilidades de criação e tensionando as fronteiras

entre centro e periferia da indústria. Essa inflexão foi sentida nos bastidores das câmeras, nos modelos de negócios e, sobretudo, nas camadas simbólicas das redes sociais digitais, onde os conteúdos passaram a circular de forma mais pulverizada, interativa e conectiva. Assim, essa primeira fase instaurou uma dinâmica mais fluida, marcada pela diversidade de vozes e formatos, e evidenciou que o ecossistema digital não apenas soma elementos, mas os transforma, mesclando práticas, linguagens e temporalidades em um novo regime de consumo audiovisual.

Em combinação a isso, o segundo momento que podemos emergir é a partir do surgimento dos títulos originais. A criação dos originais Netflix, pensado globalmente em 2013, e seu impacto no Brasil simboliza a consolidação de um novo modelo industrial, que concentra decisões estéticas, comerciais e políticas nas engrenagens da plataforma. Ao produzir localmente com uma lógica global, a empresa reformula o audiovisual não apenas em conteúdo, mas em forma e finalidade. As narrativas deixam de nascer da cultura que as abriga e passam a ser moldadas por algoritmos, dados de audiência e estratégias de engajamento. Nesse processo, o *streaming* não só redefine o modo de ver, mas também o que merece ser visto. O audiovisual, então, já não responde apenas ao desejo cultural, mas às métricas de performance. Como consequência, o mercado se transforma, os criadores se adaptam e o público consome produtos desenhados para agradar antes mesmo de existir, um ciclo fechado entre demanda prévia e oferta fabricada.

A força dos originais Netflix eleva a proposta de criação de conteúdos inéditos. Eles operam como peças centrais em uma engrenagem maior de produção de sentido, identidade e mercado. Ao mesmo tempo em que territorializam temas locais, globalizam estéticas, narrativas e fórmulas de engajamento. Tais produções sinalizam um novo pacto com a audiência, baseado menos na fidelidade a gêneros ou formatos, e mais na construção de vínculos afetivos mediados pelos fãs e estratégias de recomendação.

A terceira era da Netflix no Brasil, já inserida em um contexto mais recente, evidencia um novo cenário de disputas diretas com outras plataformas de streaming, marcando um deslocamento definitivo da rivalidade com a televisão tradicional para um embate entre sistemas de funcionalidade e algoritmos. Já não se trata apenas de substituir a grade televisiva, mas de ultrapassá-la em recursos, acessos e propostas de consumo. A competição agora é entre ecossistemas digitais, cada qual tentando capturar o tempo, o desejo e a atenção do usuário.

O avanço dos concorrentes no cenário nacional consolidou a pluralização das telas e a intensificação de uma disputa não apenas por assinaturas, mas por capital simbólico. O mercado brasileiro, com suas especificidades socioeconômicas e culturais, se transformou em laboratório de estratégias híbridas, onde global e local se entrelaçam em produções e narrativas feitas sob medida para fidelizar públicos. O espectador, antes estático na cadeia de produção, hoje é o alvo do algoritmo.

Se antes a disputa era com a televisão com hora marcada e seus modos enrijecidos de programação, agora a concorrência da Netflix se estabelece em um campo mais direto e agressivo, ou seja, o das plataformas que operam com lógicas semelhantes, mas pertencem a corporações com histórias, capitais e estratégias distintas. No Brasil, essa disputa ganha corpo a partir de 2015, quando o GloboPlay é lançado como resposta nacional ao avanço do *streaming*. A maior emissora do país criou uma interface própria para digitalizar seus acervos e criar novos conteúdos exclusivos, sinalizando que o cenário passaria a ser também de resistência e adaptação local. No ano seguinte, em 2016, chega o Prime Vídeo, da Amazon, com um catálogo amplo, forte poder de investimento e uma integração comercial com outros serviços da empresa, como o *e-commerce* e o *player* de música, tornando-se rapidamente uma opção competitiva. Já em 2020, a Disney, com seu imenso acervo de franquias consolidadas, lança o Disney+, oferecendo um produto altamente familiar e voltado para diferentes gerações, com um apelo afetivo massivo. Pouco tempo depois, em 2021, é a vez da HBO Max, que reúne sob sua marca produções da Warner, Cartoon Network, DC, CNN e outras gigantes, reposicionando-se com uma oferta robusta e segmentada.

O cenário atual, portanto, não é mais de pioneirismo solitário, mas de um ecossistema ocupado por diferentes empresas, cada qual tentando criar seu conglomerado próprio de fãs/lucros. A disputa se dá não só pelos títulos ou pela fidelidade do público, mas também pelas experiências propostas, pelas estratégias de marketing e pela capacidade de sustentar relevância em um campo saturado, fluido e altamente competitivo.

Falar das inflexões provocadas pela Netflix é reconhecer o movimento incessante da cultura digital. Não se trata de uma substituição de lógicas, mas de uma reconfiguração profunda, em que assistir deixou de ser um ato passivo e se tornou experiência, curadoria, algoritmo e afeto. Esta pesquisa não pretende dizer onde tudo começou ou onde vai terminar. Pretende, sim, registrar um traço temporal, focando em

uma época em que plataformas não apenas transmitem conteúdos, mas moldam nossas formas de ver, desejar e lembrar.

A proliferação de plataformas de *streaming* ultrapassa a aparência de diversidade e revela, na verdade, um imperativo mercadológico que obriga outras empresas de comunicação a se adaptarem ou desaparecerem na fluidez do fluxo digital. Trata-se de um modelo que impõe não apenas uma nova lógica de produção e circulação de conteúdo, mas também uma reorganização das formas de consumo. Para o público, isso significa uma sobreposição de ofertas e o acúmulo de assinaturas, que mais confunde do que liberta. A sobrecarga informacional, longe de ser um efeito colateral, é uma engrenagem estratégica desse sistema, onde a atenção e os dados dos usuários tornaram-se ativos monetizáveis, operando como nova moeda de troca no capitalismo de plataformas.

Se em capítulos anteriores refletimos sobre a ideia do acréscimo do prefixo “hiper” como marcador da intensidade e da complexidade da cultura digital contemporânea, neste momento essa noção se desdobra em um cenário de hiperconcorrência entre plataformas. Uma disputa travada não apenas pela quantidade de títulos ou pela sofisticação das interfaces, mas, sobretudo, pela capacidade de operar inteligências artificiais de forma estratégica, quase invisível, para moldar decisões de consumo. Nesse novo campo de batalha simbólico, sobressaem aquelas empresas que não apenas dominam os fluxos algorítmicos, mas que também desenvolvem relações afetivas e responsivas com seus públicos, sobretudo com comunidades de fãs. São elas que compreendem que não basta oferecer conteúdo, ou seja, é necessário construir ecossistemas de engajamento capazes de mitigar a crise provocada pela saturação de escolhas e pela automatização do gosto.

A abertura que esta tese busca oferecer para pesquisas futuras reside na crítica à suposta autonomia do usuário nas plataformas digitais. Ao longo do percurso analítico, torna-se evidente que a relação entre fã e produto cultural não se constrói apenas pelo vínculo afetivo ou pela escolha consciente, mas também pelos interesses de lucro e diferenciação competitiva próprios da lógica do *streaming*. Embora o discurso mercadológico reforce os ideais de personalização, protagonismo e liberdade de escolha, estão encapsulados nos conceitos de *on demand* e público ativo, este estudo aponta a urgência de uma revisão desses pressupostos. Até que ponto há, de fato, personalização real e não apenas uma entrega algorítmica de conteúdos previamente definidos para manter o engajamento e a permanência na plataforma? A ilusão de

controle pode, assim, ser uma das engrenagens mais sutis e eficazes desse novo regime de visibilidade e consumo, inclusive na intencionalidade da produção original seriada.

A plataforma demonstra essa estratégia em sua atuação na cultura pós-convergente, inclusive no Brasil, como evidencia o Quadro 02, que apresenta tal intencionalidade materializada nas produções originais brasileiras. Essa abordagem busca capturar distintos nichos de público, construindo um ecossistema de conteúdos capaz de atender fãs variados e manter o usuário constantemente engajado. O valor dessas produções transcende a mera visualização, estendendo-se à capacidade de gerar interações e transformar o conteúdo em um ativo financeiro. O objetivo final consiste em estabelecer um vínculo de dependência com o espectador, que se apropria do material e o utiliza como moeda de troca nas dinâmicas sociais e comunicacionais contemporâneas.

Quadro 02 - Produção seriada brasileira original Netflix

<b>ANO</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>GÊNERO</b>	<b>ESTREIA</b>	<b>DURAÇÃO</b>
2016	3%	Ficção científica	25 de novembro	38–51 minutos
2018	O Mecanismo	Drama criminal	23 de março	39–52 minutos
2018	Samantha!	Comédia	6 de julho	25–37 minutos
2019	Coisa Mais Linda	Drama histórico	22 de março	34–56 minutos
2019	O Escolhido	Drama	28 de junho	40–53 minutos
2020	Sintonia	Drama	9 de agosto	36–47 minutos
2019	Irmandade	Drama policial	25 de outubro	46–58 minutos
2019	Ninguém Tá Olhando	Comédia	22 de novembro	19–30 minutos
2020	Onisciente	Ficção científica	29 de janeiro	38–51 minutos
2020	Spectros	Thriller	20 de fevereiro	36–61 minutos
2020	Boca a Boca	Suspense	17 de julho	32–49 minutos
2020	Bom Dia, Verônica	Suspense	1 de outubro	45 minutos
2021	Cidade Invisível	Fantasia, suspense	5 de fevereiro	35–40 minutos

Fonte: Netflix

Embora ultrapasse o recorte temporal desta análise, a decisão da Netflix (2025) de investir em dez novas produções originais brasileiras exige esse acréscimo. Mais do que um simples aumento quantitativo, essa estratégia evidencia uma tática de mercado, ou seja, a apropriação das demandas por diversidade de conteúdo e a mobilização de comunidades de fãs. Ao apostar em temas nacionais e gêneros pouco explorados como a série "Fúria", um thriller sobre MMA, e "Emergência Radioativa", que retrata um evento histórico real, a plataforma amplia seu catálogo, busca conquistar novos assinantes e consolida a fidelidade do público, convertendo o consumo cultural em um instrumento estratégico de fortalecimento no mercado.

Se, no primeiro modelo de fluxos unilaterais, a grade pré-estabelecida delimitava o tempo e a ordem da experiência audiovisual, no atual ecossistema digital essa lógica é ressignificada sob um novo tipo de comando, pois se ancora nos dados dos usuários e nos fatores abióticos desse ambiente hipermediado. A aparente liberdade de escolha é, na verdade, uma arquitetura sofisticada de indução, em que as plataformas moldam e restringem as possibilidades reais de descoberta. Essa nova forma de mediação mascara a espontaneidade, favorecendo conteúdos e perfis já alinhados com uma lógica sequencial e mercadológica, legitimada pela capacidade algorítmica de interpretar, prever e retroalimentar os desejos do usuário. O fluxo, portanto, não desaparece, mas sim é deslocado para um território invisível, onde o controle se dá por antecipação e predição, disfarçado de autonomia.

Seria, então, o espectador quem escolhe o fluxo, ou estaríamos inseridos em uma engrenagem onde os fluxos, munidos de dados, algoritmos e interesses capitalistas, escolhem os espectadores? Essa indagação, longe de buscar respostas definitivas, propõe o deslocamento do olhar para as camadas ocultas da mediação digital. Afinal, a lógica contemporânea não se estrutura mais apenas pelo acesso, mas pela curadoria automatizada que molda aquilo que vemos, quando vemos e até o que desejamos ver.

Os originais Netflix funcionam, simultaneamente, como cartão de visitas e como um olhar onipresente da plataforma. Ao observarmos as séries analisadas nesta tese, torna-se evidente que essa produção não se limita à dimensão criativa, mas se articula também como instrumento de domínio. O controle exercido pela empresa sobre seus dados, cuja relevância se evidencia justamente no ato de não compartilhá-los, revela o valor estratégico desses registros, fundamentais tanto para compreender seu público quanto para mensurar o desempenho de seus títulos.

Nesse contexto, a pergunta permanece em aberto, justamente por respeitar a fluidez e imprevisibilidade da própria cultura digital. O que esta tese propõe, portanto, não é encerrar o debate, mas tensioná-lo, reconhecendo que as conclusões aqui traçadas estão necessariamente atravessadas por uma temporalidade instável e por tecnologias em constante mutação, que abrirão, inevitavelmente, novas possibilidades analíticas e críticas para pesquisas futuras.

Outro ponto que merece ser ressaltado nas considerações finais é a tensão entre a promessa de um acesso democratizado via *streaming* e a realidade de uma dinâmica comunicacional que opera de forma estruturalmente desigual. Ainda que esta tese tenha se concentrado em usuários com acesso à internet, por tratar enquanto recorte necessário para compreender os fluxos contemporâneos, não se pode ignorar os entraves econômicos que delimitam o campo de possibilidades de consumo. O acúmulo de assinaturas, os pacotes *premium* e a constante fragmentação de conteúdos por plataformas concorrentes impõem um custo elevado, que distancia grande parte da população dessa aparente democratização. Mais do que uma questão de escolha do usuário, o acesso é atravessado por uma lógica de mercado que converte cada clique, visualização e assinatura em dados e lucros para as empresas, revelando que o discurso de inclusão, muitas vezes, mascara práticas de exclusão e intensifica as desigualdades já presentes no ecossistema digital.

Se reconhecemos que as linguagens audiovisuais habitam hoje extremidades variadas dentro da esfera seriada contemporânea digital, também é preciso afirmar que esse aparente pluralismo coexiste com uma intensa centralização em torno de conglomerados midiáticos que aprofundam e reproduzem exclusões sociais, econômicas, políticas e culturais. Nesse cenário, deixar de assistir a uma produção ou não ser assinante de determinado serviço não é apenas uma decisão individual, mas sim um marcador de pertencimento (ou não) ao circuito de visibilidade e participação digital. A exclusão, portanto, não se limita ao acesso técnico, mas reverbera em práticas como a pirataria, que emergem como estratégias alternativas de inclusão e resistência. O dado da ausência passa a ter tanto peso quanto o da presença, revelando um modelo de consumo onde a não participação também informa e define posições no ecossistema midiático.

A Netflix, enquanto provedora de *streaming* no quadro da cultura pós-convergente, reconfigura dinâmicas comunicacionais ao articular fluxos, práticas de fãs e lógicas mercadológicas e algoritmos; nesse entrecruzamento, operam novas

direções que reorganizam formas de circulação, memória e visibilidade. As inflexões dessas reconfigurações tornam-se perceptíveis na maneira como tecnologia, mercado e sujeitos se entram e se moldam reciprocamente com seres bióticos (usuários, fãs) e abióticos (algoritmos, bases de dados) co-produzindo hierarquias, agendas e silenciamentos.

A provedora, por meio de seu modelo de fluxo de mídias, reconfigura formatos de circulação. ao concentrar séries originais exclusivamente na web, transforma temporalidades de recepção pela maneira como ordena o fluxo de *streaming* e redefine as condições de disponibilidade dos conteúdos; em última instância, isso implica um controle sobre quem assiste, quando e em que condições o conteúdo está acessível, operando formas que reorganizam circulação e visibilidade na esfera digital.

Assim, o consumo *fan-driven*<sup>25</sup> revela-se determinante para influenciar decisões de produção e curadoria na plataforma; ao deter a lógica operacional e os dados que mapeiam comportamentos e preferências, a provedora dispõe dos instrumentos para instaurar, modular e normalizar padrões de consumo no ambiente do *streaming*.

O encontro entre *streaming* e televisão provoca contaminações formais e dinâmicas. Hibridismos e interferências de linguagem atravessam gêneros e formatos, corroendo fronteiras antes tidas como fixas entre meios. Dessa maneira, surgem novos concorrentes e a disputa por audiência desloca-se para a esfera da conectividade do espectador, isto é, para o nível de engajamento, compartilhamento, propagação e identificação que ele estabelece com uma obra audiovisual. Parâmetros que reordenam práticas de consumo e circulação na lógica pós-convergente.

Essa associação inscreve-se também num cenário capitalista, em que os dados assumem papel estratégico. Essas lógicas passam a evidenciar ou a silenciar determinadas pautas, em detrimento das assimetrias já presentes nas fronteiras conectivas. Tais assimetrias tensionadas tornam-se ainda mais pronunciadas por algoritmos que mascaram o real grau de controle exercido sobre o espectador.

Assim, as inflexões da cultura digital configuram-se como atributos emergentes, com características, dados e valores estruturados por pilares que decorrem da singularidade desses espaços. Pelo processo de desconstrução, a desmontagem de fluxos, dispositivos e rotinas de consumo herdados de outros regimes (como o televisivo

---

<sup>25</sup> A palavra "driven" é o particípio passado do verbo "drive" em inglês, que significa "conduzir", "impulsionar" ou "levar". Sendo assim, fan-driven significa literalmente "impulsionado por fãs" ou "conduzido por fãs".



“tradicional”) redireciona inflexões em ciclos e regimes de atenção. Essas singularidades, por sua vez, explicam de que modo a Netflix reinscreve tais elementos em novas proporções e formatos originais. Entendo aqui a inflexão como um recorte analítico que expõe as expansões tecnológicas e mercadológicas, ou seja, os algoritmos, funcionalidades da plataforma, regimes de exibição, planos de assinatura etc. todos capazes de condicionar a dinâmica das obras audiovisuais seriadas ao moldar suas singularidades no contexto da internet.

A inflexão manifesta-se igualmente pela contaminação, nesse caso, uma metáfora aos fluxos, ou, para os fins desta tese, pela ideia de sobreposição. Em uma lógica de camadas que só se ativa mediante o trânsito e a interferência recíproca de múltiplos fluxos, vias e regimes de consumo. *Streaming*, televisão e redes sociais podem ter trajetórias próprias, mas performam na simultaneidade do consumo, na migração dos usuários entre plataformas e nos hibridismos que materializam processos de convergência, daí advém o sentido de ubiquidade, a capacidade de ocupar mais de um lugar ao mesmo tempo. A inflexão produzida por esses fluxos sobrepostos revela, portanto, que formatos, gêneros e dinâmicas comunicacionais se misturam e passam a existir como somatória de experiências e habitats do espectador conectado.

Há também inflexões no espectador, tanto na sua capacidade de ocupar o tráfego de informações quanto na apropriação de seus dados como vetor de monetização. O público e, em especial, os fãs que tratamos aqui, constitui um espaço denso de demandas, repercussões, produção de valor e elevada propagabilidade. Não apenas pelo ato de compartilhar, mas pelo desejo explícito de integrar a reordenação de cargos e funções que a convergência impõe, ora consumindo, ora criando. Nesses fluxos e dinâmicas comunicacionais, ao fã cabe a inflexão de buscar protagonismo, enquanto à plataforma cabe a inflexão de selecionar e instituir quem, de fato, ocupa esse papel na era pós-convergente.

Podemos concluir que as inflexões reveladas ao longo desta pesquisa reafirmam a potência de um pesquisador que se reconhece como sujeito ativo e imerso no objeto que analisa via leituras críticas e participativas. Assumir o lugar de fã-pesquisador, por meio de uma abordagem autoetnográfica, não apenas legitima a experiência pessoal como parte constitutiva da produção de conhecimento, mas também amplia os horizontes interpretativos ao romper com os moldes tradicionais de distanciamento e neutralidade. Essa escolha metodológica permitiu à pesquisa operar com liberdade crítica, sensibilidade e abertura para múltiplas vozes e perspectivas, configurando um

caminho que valoriza a subjetividade como força analítica e a vivência como fundamento epistêmico. Assim, as contribuições aqui apresentadas se inserem em uma proposta de pesquisa mais diversa, afetiva e comprometida com os deslocamentos da cultura digital contemporânea.

Dessa forma, como o próprio termo de inflexão sugere em sua definição, espera-se que este estudo estimule o surgimento de novos caminhos investigativos, encorajando outras vozes a se posicionarem, seja como fãs-pesquisadores engajados, seja como críticos que tensionam as ideias aqui apresentadas. O pensamento, assim como os fluxos midiáticos, os dados e os mercados, está em constante movimento. Ao retomarmos a célebre máxima de que os meios são as mensagens, propõe-se aqui, como conclusão, que mais do que as transformações nas plataformas e nos modos de assistir, é o próprio público, em interação com seu entorno tecnológico, que se transforma e transforma a cultura. Assim, a maior inflexão não é apenas técnica ou industrial, mas sim uma singularidade humana. Uma sobreposição sensível e profunda do sujeito contemporâneo diante das complexidades da era digital. Assim, concluimos que, a maior inflexão das dinâmicas comunicacionais tecnológicas é uma direção do próprio ser humano na cultura pós-convergente.

## 8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento:** fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

ARREBOLA, Talita Lima Chechin Camacho. **Nada será como antes?** As transformações no Jornal Nacional. 2018. 127 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica. Acesso em 9 de maio de 2024. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/21621>.

BARBOSA, Andrea Lombardi. **Narrativas do desencontro:** o MAM e as novas mídias. 2017. 147 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/20252>. Acesso em: 9 maio 2024.

BELL, Robert M.; KOREN, Yehuda; VOLINSKY, Chris. **All together now:** A perspective on the Netflix prize. *Chance*, v. 23, n. 1, p. 24-29, 2010.

BELING, Fernanda. **Séries mais buscadas no Google em 2018 no Brasil.** Oficina da Net, 14 dez. 2018. Disponível em: <https://www.oficinadanet.com.br/google/24493-series-mais-buscadas-no-google-em-2018-no-brasil>. Acesso em: 24 ago. 2025.

BENNETT, James *et al.* **The Netflix prize.** In: Proceedings of KDD cup and workshop. 2007. p. 35.

BERARDI, Franco “Bifo”. **Depois do Futuro.** São Paulo: Ubu Editora, 2019.

BRUNS, Axel. **From Prosumer to Produser: Understanding User-Led Content Creation** (Transforming Audiences 2009). Disponível em: <https://eprints.qut.edu.au/27370/>. Acesso em 03 de julho de 2022.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas:** estratégias para entrar e sair da modernidade. 1. ed. São Paulo: Edusp, 1997.

\_\_\_\_\_. **Consumidores e cidadãos:** conflitos multiculturais da globalização. 5. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2015.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet:** reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

\_\_\_\_\_. **A sociedade em rede.** A era da informação: economia, sociedade e cultura. v. 1. 10. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano:** 1. Artes de fazer. Tradução de Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis: Vozes, 1994.

CÉSAR, Daniel. Série da Netflix vira o programa mais assistido da Band no Brasil. **NaTelinha**, 11 mar. 2020. Disponível em:

<https://natelinha.uol.com.br/televisao/2020/03/11/serie-da-netflix-vira-o-programa-mais-assistido-da-band-no-brasil-142092.php>. Acesso em: 24 ago. 2025.

COLVARA, Bianca Maciente. **Extremidades em rede**: a conexão e a formação de comunidades em ambiente digital. Dissertação - Programa de Pós-graduação em Comunicação. Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), 2022. 121 páginas. Disponível em: <https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/14144>. Acesso em: 18 maio 2024.

DA SILVA, Dirceu Lemos. **Netflix**: o serviço que mudou a forma de produzir e consumir entretenimento audiovisual. Volume 18-Edição 2 2º Semestre de 2018 ISSN 1676-3475, p. 92, 2018. Disponível em: <https://static.casperlibero.edu.br/uploads/sites/5/2020/12/comunicare182.pdf>. Acesso em: 28 mar. 2025.

DATAREPORTAL. **Digital 2023**: Global Overview Report. [S.l.], 2023. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>. Acesso em: 24 jul. 2025.

DE LANGRE, Jacques. **Do-in Técnica Oriental de Automassagem**. Editora Chão, 2003.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs**: capitalismo e esquizofrenia. Tradução de Aurélio Guerra Neto *et al.* 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2011. 5 v.

DI FELICI, Flávio. **Ecologia da comunicação**: a construção do sensível na cibercultura. São Paulo: Paulus, 2012.

\_\_\_\_\_. **Net-ativismo**: as ecologias das interações nas redes digitais, da ação social ao ato conectivo. São Paulo: Annablume, 2017.

\_\_\_\_\_. **Cidadania digital**: as plataformas colaborativas e a participação nas arquiteturas interativas. São Paulo: Paulus, 2020.

DI FELICE, Massimo; LEMOS, Ronaldo. **A vida em rede**. Campinas-SP: Papyrus, 2019.

ESQUENAZI, Jean-Pierre. **Lês séries télévisées**. Paris: Armand Colin, 2014.

EXAME. **La Casa de Papel e Sintonia**: as séries mais populares na Netflix em 2019. Exame, 5 jul. 2020. Disponível em: <https://exame.com/casual/la-casa-de-papel-e-sintonia-as-series-mais-populares-na-netflix-em-2019/>. Acesso em: 24 ago. 2025.

FERREIRA, Soraya Maria Vieira. **A televisão em tempos de convergência**. Juiz de Fora: Universidade Federal de Juiz de Fora, 2014.

FOLHA DE S.PAULO. Produção da Netflix, 'House of Cards', é líder de audiência no site. **Ilustrada**, 2013. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/02/1230114-producao-da-netflix-house-of-cards-e-lider-de-audiencia-no-site.shtml>. Acesso em: 24 ago. 2025.

FONSECA, Thaís Silva. **Mulher-Gato**: políticas da mulher, modos de presença e narrativa transmídia. 2016. 168 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/19653>. Acesso em: 9 maio 2024.

G1. **'Round 6' bate recorde e se torna série mais vista da história da Netflix, diz empresa**. G1, 12 out. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2021/10/12/round-6-bate-recorde-se-torna-serie-mais-vista-da-historia-da-netflix-diz-empresa.ghtml> . Acesso em: 24 ago. 2025.

GALILEU. As 10 séries mais assistidas da Netflix. **Revista Galileu**, 19 jun. 2017. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Cultura/noticia/2017/06/10-series-mais-assistidas-da-netflix.html>. Acesso em: 24 ago. 2025.

GROPO, André Nogueira. **Contaminações na narrativa cômica**: estudos a partir da série televisiva "Community". 2019. 88 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/22404>. Acesso em: 9 maio 2024.

GUATTARI, Félix; ROLNIK, Suely. **Micropolítica**: cartografia do desejo. 12. ed. Petrópolis: Vozes, 2013. 439p.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

HAN, Byung-Chul. A sociedade da transparência. Tradução de Enio Paulo Giachini. Petrópolis: Vozes, 2021.

HARAWAY, Donna. **Simians, Cyborgs, and Women**: The Reinvention of Nature. New York: Routledge, 1991.

HESMONDHALGH, David. **The cultural industries**. 4. ed. Los Angeles: SAGE, 2019.

HILLS, Matt. **Fan Cultures**. Londres: Routledge, 2002.

JENKINS, Henry. **Convergence Culture**: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press, 2006.

\_\_\_\_\_. **Fans, Bloggers and Gamers**: Exploring Participatory Culture. New York: New York University Press, p. 279, 2006.

\_\_\_\_\_. **Acafandom and beyond**: week two, part one. *Pop Junctions*, 20 jun. 2011. Disponível em: [https://henryjenkins.org/blog/2011/06/acafandom\\_and\\_beyond\\_week\\_two.html](https://henryjenkins.org/blog/2011/06/acafandom_and_beyond_week_two.html). Acesso em: 22 mar. 2025.

\_\_\_\_\_. **Acafandom and beyond**: concluding thoughts. *Pop Junctions*, 28 out. 2011. Disponível em: [https://henryjenkins.org/blog/2011/10/aca fandom\\_and\\_beyond\\_concludin.html?rq=acafan](https://henryjenkins.org/blog/2011/10/aca fandom_and_beyond_concludin.html?rq=acafan). Acesso em: 22 mar. 2025.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. *Cultura da convergência: onde os velhos e os novos meios colidem*. São Paulo: Aleph, 2013.

LEAL MACHADO, Heitor. **Distopia Made In Brasil no Imaginário Contemporâneo**: uma análise da série televisiva 3% - Três por Cento. 2021. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) - Universidade Federal do Rio de Janeiro. 180 p. Disponível em: [https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id\\_trabalho=10727061](https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=10727061). Acesso em: 6 maio 2024.

LE MOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

\_\_\_\_\_. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. Sulina, 2013.

\_\_\_\_\_. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2021.

\_\_\_\_\_. **A comunicação das coisas**: teoria e pesquisa nas mídias locativas. São Paulo: Annablume, 2021.

\_\_\_\_\_. **Cultura digital e redes**. São Paulo: Educ, 2021.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LOBATO, Ramon. Netflix nations. In: **Netflix Nations**. New York University Press, 2019.

LOVINK, Geert. *Sad by design: on platform nihilism*. London: Pluto Press, 2020.

MACÊDO, Larissa Cristina Sampaio. **Poéticas do efêmero**: novas temporalidades em rede a partir do Instagram Stories. 2019. 145 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) - Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2019.

\_\_\_\_\_. **Encruzilhadas**: práticas artísticas e curatoriais nas redes sociais. 2023. 293 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica. Disponível em: <https://repositorio.pucsp.br/jspui/handle/handle/40819>. Acesso em: 9 maio 2024.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Ed. Senac, 2000.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 5. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução de Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1974.

MELLER-DA-SILVA, Fabrício; DE OLIVEIRA MARCIANO, Pâmela. Modelo de Negócio inovador: a empresa Netflix. **Revista Eletrônica Científica do CRA-PR-RECC**, v. 4, n. 1, p. 79-97, 2017.

MELLO, Christine (2003a). “Arte nas extremidades”. In: Arlindo Machado (org.). **Made in Brasil: três décadas do vídeo brasileiro**. São Paulo: Itaú Cultural, pp. 143-174.

MELLO, Christine. Vídeo nas Extremidades: Experiências Contemporâneas Brasileiras. In: Belo Horizonte, Minas Gerias, **XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. p. 1-15. 2003. Disponível em: <https://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/135159986006880663700107847727046374398.pdf>. Acesso em 14 de maio de 2024.

\_\_\_\_\_. Extremidades do vídeo: novas circunscrições do vídeo. In: **Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. 2005.

\_\_\_\_\_. Extremidades do vídeo: a história da arte e os meios eletrônicos. **XXVI Colóquio do Comitê Brasileiro de História da Arte**, São Paulo, p. 319-325, 2006. Disponível em: [http://cbha.art.br/coloquios/2006/pdf/37\\_XXVICBHA\\_Christine%20Mello.pdf](http://cbha.art.br/coloquios/2006/pdf/37_XXVICBHA_Christine%20Mello.pdf). Acesso em: 13 maio 2024.

\_\_\_\_\_. Videoinstalação e poéticas contemporâneas. **ARS**. São Paulo. 2007, vol.5, n.10, p. 90-97. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/ars/article/view/2999>>. Acesso: 08 maio 2024.

\_\_\_\_\_. **Extremidades do vídeo**. São Paulo: Editora Senac, 2008.

\_\_\_\_\_. Extremidades: Leituras entre arte, comunicação e experiência contemporânea. In: ARANTES, Priscila; PRADO, Gilberto; TAVARES, Monica. (Org.). **Diálogos transdisciplinares: arte e pesquisa**. 1. ed. São Paulo: ECA/USP, 2016, v. 1.

\_\_\_\_\_. (Org.) **Extremidades**: experimentos críticos – redes audiovisuais, cinema, performance, arte contemporânea. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

MELLO, Christine; MACÊDO, Larissa. (2021). Encruzilhadas e extremidades da língua: @biarritzzz, arte contemporânea e redes sociais. **Fronteira Z** - Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em Literatura e Crítica Literária da PUC-SP, n.27, p. 34-49. DOI: <http://doi.org/10.23925/1983-4373.2021i27p34-49>. Acesso em 14 de maio de 2024.

MELLO, Christine; RIATO, Katrin. Avenida Brasília Formosa: Afetos e Encontros. **Revista Farol**, v. 16, n. 22, p. 139-153, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/farol/article/view/32690>. Acesso: 14 maio 2024.

MEYER, Erin; HASTINGS, Reed. **A Regra é Não Ter Regras: A Netflix e a Cultura da Reinvenção**. 1. ed. [S. l.]: Intrínseca, 2020. 352 p. v. 1. ISBN 6555600314.

MINTZ, Sidney W. Cultura: uma visão antropológica. **Tempo**, v. 14, n. 28, p. 223-236, jul./dez. 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tem/a/JwQBsJNPtSGCvBHQc8wQXC/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 22 mar. 2025.

MOLINA, Gerardo. **Netflix**. Os segredos da estrutura do império. Wanceulen SL, 2020.

MOREIRA, Mateus Dutra Brandão; GARROSSINI, Daniela Fávaro. Videogravuras: Processos híbridos do vídeo. **Revista do Colóquio**, n. 22, p. 61-78, 2023.

NATALI, Georgia. Cultura participativa: um olhar de insider sobre o fã. **Interin**, v. 7, n. 1, 2009. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/5044/504450760010.pdf>. Acesso em: 22 mar. 2025.

NETFLIX. **2017 on Netflix**: A Year in Bingeing. Disponível em: [https://about.netflix.com/pt\\_br/news/2017-on-netflix-a-year-in-bingeing](https://about.netflix.com/pt_br/news/2017-on-netflix-a-year-in-bingeing) . Acesso em: 24 ago. 2025.

\_\_\_\_\_. **What We Watched**: Brazil 2020. About Netflix, 2020. Disponível em: [https://about.netflix.com/pt\\_br/news/what-we-watched-brazil-2020](https://about.netflix.com/pt_br/news/what-we-watched-brazil-2020) . Acesso em: 24 ago. 2025.

\_\_\_\_\_. **Brasil em Cena**: Netflix anuncia 10 novas produções nacionais. Disponível em: [https://about.netflix.com/pt\\_br/news/brazil-on-the-scene-netflix-announces-10-new-national-productions](https://about.netflix.com/pt_br/news/brazil-on-the-scene-netflix-announces-10-new-national-productions). Acesso em: 27 ago. 2025.

NOGUEIRA, Carlos Eduardo; MELLO, Christine. **Poética dos intervalos**: animação 3D nas extremidades. **PÓS**: Revista do Programa de Pós-graduação em Artes da EBA/UFGM, v. 11, n. 23, p. 474-493, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/revistapos/article/view/32943>. Acesso: 14 maio 2024.

OJER, Teresa; CAPAPÉ, Elena. Netflix: A New Business Model in the Distribution of Audiovisual Content. IN: **Journalism and Mass Communication**, v. 3, n. 9. Valley Cottage, Nova York: David Publishing Company, 2013. p. 575-584.

PAGEL, Geovana Cleni; MELLO, Christine. Redes Feministas:: a potência insurgente das hashtags# ChegadeFiuFiu,# PrimeiroAssédio e# EleNão. **Revista Eco-Pós**, v. 24, n. 2, p. 587-626, 2021. Disponível em: [https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco\\_pos/article/view/27597](https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/27597). Acesso: 14 maio 2024.

PRISCO, Luiz. **Netflix Awards**: “13 Reasons Why” é eleita a melhor série de 2017. Metrôpoles, 28 dez. 2017. Disponível em: <https://www.metropoles.com/entretenimento/televisao/netflix-awards-publico-escolhe-13-reasons-why-melhor-serie-de-2017> . Acesso em: 24 ago. 2025.

PwC – PRICEWATERHOUSECOOPERS. **Global Entertainment & Media Outlook 2023–2027**. [S.l.], 2023. Disponível em: <https://www.pwc.com/gx/en/industries/tmt/media/outlook.html>. Acesso em: 24 jul. 2025.



QUEM. **Minissérie 'O Gambito da Rainha' bate recorde de audiência na Netflix.** Quem — Revista Quem, 23 nov. 2020. Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/Series-e-filmes/noticia/2020/11/minisserie-o-gambito-da-rainha-bate-recorde-de-audiencia-na-netflix.html> . Acesso em: 24 ago. 2025.

RANDOLPH, Marc. **Isso nunca vai funcionar:** O nascimento da Netflix e a incrível vida de uma ideia contada pelo seu cofundador e primeiro CEO. 1. ed. [S. l.]: Planeta Estratégia, 2021. 368 p. v. 1.

RECUERO, Raquel. **Desinformação e redes sociais:** manipulação e poder na era digital. Porto Alegre: Sulina, 2022.

RECH, Nathalia Silveira. **O biopoema Gênesis (1999) de Eduardo Kac:** poética do desvio como potência de vitalidade. 2018. Dissertação de mestrado (Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/21314>. Acesso em: 8 maio 2024.

RODOWICK, David N. **Audiovisual culture and interdisciplinary knowledge. Digital essay.** Program in Film Studies. University of Rochester, 1994. Disponível em: <http://xroads.virginia.edu/~drbr/rodowick.html>.

ROLLING STONE BRASIL. **Retrospectiva 2019:** as 20 séries mais populares da Netflix. Publicado em 23 dez. 2019. Disponível em: <https://rollingstone.com.br/noticia/retrospectiva-2019-20-series-mais-populares-da-netflix/#:~:text=1.,alcan%C3%A7ou%2064%20milh%C3%B5es%20de%20espectadores>. Acesso em: 24 ago. 2025.

\_\_\_\_\_. **O Gambito da Rainha é a minissérie mais assistida da história da Netflix.** Rolling Stone Brasil, 23 nov. 2020. Disponível em: <https://rollingstone.com.br/noticia/o-gambito-da-rainha-e-minisserie-mais-assistida-da-historia-da-netflix/> . Acesso em: 24 ago. 2025.

ROLNIK, Suely. Subjetividade antropofágica. **Revista Concinnitas**, v. 23, n. 44, p. 132-149, 2022.

ROSA, Natalie. **As séries mais assistidas de 2020.** Canaltech, 22 dez. 2020. Disponível em: <https://canaltech.com.br/entretenimento/series-mais-assistidas-176550/> . Acesso em: 24 ago. 2025.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano:** da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

\_\_\_\_\_. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. **Revista Famecos**, v. 13, n. 2, p. 1-17, 12 abr. 2008. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/3229>. Acesso em: 22 mar. 2025.

\_\_\_\_\_. **A pós-modernidade:** conhecimento e ética. São Paulo: Paulus, 2008.

\_\_\_\_\_. **A ecologia pluralista da comunicação:** conectividade, mobilidade, ubiquidade. São Paulo: Paulus, 2010.

\_\_\_\_\_. **Navegar no ciberespaço:** o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2010.

\_\_\_\_\_. **Temas e dilemas do pós-digital:** a voz da política. São Paulo: Paulus, 2016.

\_\_\_\_\_. **Humanos Hiper-Híbridos.** São Paulo: Paulus, 2020.

\_\_\_\_\_. **Neo-humano:** a sétima revolução cognitiva do Sapiens. São Paulo: Paulus, 2022.

\_\_\_\_\_. Inteligência contínua: a sétima revolução cognitiva do Sapiens. **Trans/Form/Ação**, Marília, v. 46, p. 347-362, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/trans/a/YLhJxYqPPsTWmtVDd8kthJx/>. Acesso em: 28 mar. 2025.

SANTOS, Maíra Bianchini dos. **A Netflix no campo de produção de séries televisivas e a construção narrativa de Arrested Development.** 2018. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2018. 219 p. Disponível em: [https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id\\_trabalho=7456502](https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=7456502). Acesso em: 6 maio 2024.

SILVA, Katrin Riato. **Performatividade e cinema contemporâneo:** procedimentos nas extremidades em Gabriel Mascaro. 2020. 120 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/23256>. Acesso em: 9 maio 2024.

SILVA, Victor Hugo. **Netflix divulga séries e filmes mais assistidos no Brasil em 2020.** Tecnoblog, 11 dez. 2020. Disponível em: <https://tecnoblog.net/noticias/netflix-divulga-series-e-filmes-mais-assistidos-no-brasil-em-2020/>. Acesso em: 24 ago. 2025.

SCOLARI, Carlos A. **Ecologia dos meios:** teoria e prática das mídias. São Paulo: Paulus, 2013.

\_\_\_\_\_. **Ecologia dos meios:** teoria e prática da comunicação digital. São Paulo: Paulus, 2015.

\_\_\_\_\_. **Ecologia dos meios:** do big bang da comunicação ao universo digital. São Paulo: Paulus, 2020.

\_\_\_\_\_. **Ecologias da comunicação:** o que são e para que servem. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2022.

SODRÉ, Muniz. **Reinvenção da cultura**: identidade e comunicação na sociedade contemporânea. Petrópolis: Vozes, 2014.

SRNICEK, Nick. **Capitalismo de plataforma**. Tradução de Léa Siqueira Mendes. São Paulo: Autonomia Literária, 2018.

TERRA. Série 'House of Cards' é líder de audiência no site Netflix. **Terra**, 13 fev. 2013. Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/entre-telas/serie-house-of-cards-e-lider-de-audiencia-no-site-netflix,0161d24a244dc310VgnVCM5000009ccceb0aRCRD.html> . Acesso em: 24 ago. 2025.

TRIVINHO, Eugênio. **A cibercultura sob vigilância**: entre o espanto e a banalidade do novo. São Paulo: Paulus, 2017.

VALIATI, Vanessa Amália Dalpizol. (2018). **"Você ainda está assistindo?"**: o consumo audiovisual sob demanda em plataformas digitais e a articulação das práticas relacionadas à Netflix na rotina dos usuários. Tese de doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Acessado em 8 de maio de 2024. Disponível em: [https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id\\_trabalho=6500900](https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=6500900).

VARIETY. Netflix's '13 Reasons Why' Most Popular Show on Twitter in 2017. **Variety**, 2017. Disponível em: <https://variety.com/2017/tv/news/netflix-13-reasons-why-twitter-most-popular-show-2017-1202392460/>. Acesso em: 24 ago. 2025.

VIANNA, Katiúscia. 13 Reasons Why é a série mais popular do Twitter em 2017 (até agora). **AdoroCinema**, 26 abr. 2017. Disponível em: <https://www.adorocinema.com/noticias/series/noticia-130431/#:~:text=Se%20os%20diversos%20text%C3%B5es%20que%20surgiram%20nas,not%C3%ADcia%20deixe%20tudo%20mais%20claro%20para%20voc%C3%AA&text=A%20adapta%C3%A7%C3%A3o%20produzida%20por%20Selena%20Gomez%20%C3%A9%2C,s%C3%A9rie%20mais%20popular%20no%20twitter%20em%202017> . Acesso em: 24 ago. 2025.

WIKIPÉDIA. **Lista de programas originais distribuídos pela Netflix**. Wikipédia, a enciclopédia livre. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Lista\\_de\\_programas\\_originais\\_distribuidos\\_pela\\_Netflix](https://pt.wikipedia.org/wiki/Lista_de_programas_originais_distribuidos_pela_Netflix) . Acesso em: 24 ago. 2025.

WILLIAMS, Raymond. **Television**: Technology and Cultural Form. London: Fontana/Collins, 1974.

\_\_\_\_\_. **Marxismo e literatura**. São Paulo: Zahar, 2000.

WOLFF, Michael. **Televisão é a nova televisão**. São Paulo: Globo Livros, 2015.

**APÊNDICE A - Produções originais Netflix de língua inglesa**

Quadro A.1 - Produções originais Netflix de língua inglesa - Ano 2013

<b>ANO</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>GÊNERO</b>	<b>ESTREIA</b>	<b>DURAÇÃO</b>
2013	House of Cards	Drama Político	1 de fevereiro	42–59 min
2013	Hemlock Grove	Horror, thriller	19 de abril	45–58 min
2013	Orange Is the New Black	Comédia dramática	11 de julho	50–92 min

Quadro A.2 - Produções originais Netflix de língua inglesa - Ano 2014

<b>ANO</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>GÊNERO</b>	<b>ESTREIA</b>	<b>DURAÇÃO</b>
2014	Marco Polo	Drama histórico	12 de dezembro	48–65 min

Quadro A.3 - Produções originais Netflix de língua inglesa - Ano 2015

ANO	TÍTULO	GÊNERO	ESTREIA	DURAÇÃO
2015	Bloodline	Thriller	20 de março	48–68 min
2015	Daredevil	Drama criminal, drama legal	10 de abril	48–61 min
2015	Sense8	Ficção científica	5 de junho	45–124 min
2015	Narcos	Drama criminal	28 de agosto	43–60 min
2015	Jessica Jones	Neo-noir, thriller psicológico	20 de novembro	44–56 min
2015	Unbreakable Kimmy Schmidt	Comédia	6 de março	23–53 min
2015	Grace and Frankie	Comédia dramática	8 de maio	25–35 min
2015	Master of None	Comédia dramática	6 de novembro	21–57 min
2015	W/ Bob & David	Comédia de esquete	13 de novembro	27–33 min

Quadro A.4 - Produções originais Netflix de língua inglesa - Ano 2016

<b>ANO</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>GÊNERO</b>	<b>ESTREIA</b>	<b>DURAÇÃO</b>
2016	Stranger Things	Ficção científica, horror	15 de julho	42–98 min
2016	The Get Down	Drama musical	12 de agosto	50–93 min
2016	Luke Cage	Drama, ação	30 de setembro	46–65 min
2016	The Crown	Drama histórico	4 de novembro	47–61 min
2016	The OA	Mistério	16 de dezembro	31–71 min
2016	Love	Comédia romântica	19 de fevereiro	24–40 min
2016	Fuller House	Sitcom	26 de fevereiro	24–36 min
2016	Flaked	Comédia	11 de março	30–34 min
2016	Netflix Presents: The Characters	Comédia de esquete	11 de março	27–38 min
2016	The Ranch	Sitcom	1 de abril	25–35 min
2016	Lady Dynamite	Comédia	20 de maio	26–36 min
2016	Easy	Comédia romântica, antologia	22 de setembro	26–30 min
2016	Haters Back Off	Comédia	14 de outubro	24–36 min

Quadro A.5 - Produções originais Netflix de língua inglesa - Ano 2017

ANO	TÍTULO	GÊNERO	ESTREIA	DURAÇÃO
2017	A Series of Unfortunate Events	Humor, mistério	13 de janeiro	36–64 min
2017	Iron Fist	Artes marciais, mistério	17 de março	49–61 min
2017	13 Reasons Why	Drama teen, mistério	31 de março	49–71 min
2017	Free Rein	Drama teen	22 de junho	25–34 min
2017	Gypsy	Thriller psicológico	30 de junho	46–58 min
2017	Ozark	Drama criminal	21 de julho	52–80 min
2017	Mindhunter	Drama	13 de outubro	34–60 min
2017	Greenhouse Academy	Ficção científica, Drama teen	8 de setembro	21–28 min
2017	The Punisher	Drama criminal, thriller	17 de novembro	47–58 min
2017	One Day at a Time	Sitcom	6 de janeiro	25–35 min
2017	Santa Clarita Diet	Comédia de terror	3 de fevereiro	26–35 min
2017	Girlboss	Comédia	21 de abril	24–29 min
2017	Dear White People	Sátira, drama	28 de abril	21–33 min
2017	GLOW	Comédia dramática	23 de junho	27–46 min
2017	Friends from College	Comédia	14 de julho	28–34 min
2017	Atypical	Comédia	11 de agosto	26–38 min
2017	Disjointed	Sitcom	25 de agosto	23–30 min
2017	American Vandal	Documentário	15 de setembro	26–42 min



2017	She's Gotta Have It	Comédia dramática	23 novembro	de	32–38 min
------	---------------------	----------------------	----------------	----	-----------

Quadro A.6 - Produções originais Netflix de língua inglesa - Ano 2018

ANO	TÍTULO	GÊNERO	ESTREIA	DURAÇÃO
2018	Altered Carbon	Ficção científica	2 de fevereiro	43–67 min
2018	Seven Seconds	Drama criminal	23 de fevereiro	54–80 min
2018	Lost in Space	Ficção científica	13 de abril	48–66 min
2018	The Ponysitters Club	Drama	10 de agosto	23 min
2018	The Innocents	Drama sobrenatural	24 de agosto	46–55 min
2018	Chilling Adventures of Sabrina	Terror sobrenatural	26 de outubro	50–64 min
2018	Narcos: México	Drama criminal	16 de novembro	55–70 min
2018	Tidelands	Drama criminal sobrenatural	14 de dezembro	36–48 min
2018	Everything Sucks!	Comédia	16 de fevereiro	23–27 min
2018	On My Block	Comédia	16 de março	23–36 min
2018	All About The Washingtons	Sitcom	10 de agosto	22–27 min
2018	Insatiable	Drama de humor	10 de agosto	40–53 min
2018	The Good Cop	Dramédia policial	21 de setembro	43–49 min
2018	The Kominsky Method	Comédia	16 de novembro	22–33 min

Quadro A.7 - Produções originais Netflix de língua inglesa - Ano 2019

ANO	TÍTULO	GÊNERO	ESTREIA	DURAÇÃO
2019	The Umbrella Academy	Drama, Ação	15 de fevereiro	45–60 min
2019	The Order	Terror, drama sobrenatural	7 de março	42–51 min
2019	Shadow	Thriller	8 de março	40–49 min
2019	Black Summer	Drama zumbi	11 de abril	21–45 min
2019	Chambers	Thriller psicológico	26 de abril	38–51 min
2019	The Society	Drama, mistério	10 de maio	49–61 min
2019	Trinkets	Drama	14 de junho	22–29 min
2019	Another Life	Ficção científica	25 de julho	37–61 min
2019	Wu Assassins	Sobrenatural, artes marciais	8 de agosto	40–51 min
2019	The Dark Crystal: Age of Resistance	Fantasia	30 de agosto	47–61 min
2019	Criminal: UK	Policial processual	20 de setembro	41–47 min
2019	Dolly Parton's Heartstrings	Série de antologia	22 de novembro	57–86 min
2019	Raising Dion	Super Herói, ficção científica, drama	4 de outubro	39–51 min
2019	V Wars	Ficção científica, horror, drama	5 de dezembro	37–57 min
2019	Virgin River	Drama romântico	5 de dezembro	40–49 min
2019	Soundtrack	Drama musical	18 de dezembro	52–61 min

2019	The Witcher	Fantasia, drama, ação	20 de dezembro	47–67 min
2019	Sex Education	Comédia dramática	11 de janeiro	47–59 min
2019	Russian Doll	Comédia	1 de fevereiro	25–30 min
2019	After Life	Comédia	8 de março	25–31 min
2019	Turn Up Charlie	Comédia	15 de março	25–29 min
2019	Huge In France	Comédia	11 de abril	28–34 min
2019	Special	Comédia	11 de abril	12–34 min
2019	Lunatics	Comédia	19 de abril	33–38 min
2019	I Think You Should Leave with Tim Robinson	Comédia	23 de abril	16–18 min
2019	Bonding	Humor	24 de abril	13–17 min
2019	Dead to Me	Humor	3 de maio	26–33 min
2019	Malibu Rescue	Comédia	3 de junho	22–26 min
2019	Mr. Iglesias	Comédia	21 de junho	29–31 min
2019	Family Reunion	Comédia	30 de julho	25–34 min
2019	It's Bruno!	Comédia	17 de maio	12–21 min
2019	Team Kaylie	Sitcom	23 de setembro	22–30 min
2019	The Politician	Comédia	27 de setembro	28–62 min
2019	Living with Yourself	Comédia dramática	18 de outubro	22–36 min
2019	Daybreak	Humor	24 de outubro	39–50 min
2019	Merry Happy Whatever	Comédia	28 de novembro	25–29 min
2019	Astronomy Club: The Sketch Show	Esquete	6 de dezembro	18–24 min

Quadro A.8 - Produções originais Netflix de língua inglesa - Ano 2020

ANO	TÍTULO	GÊNERO	ESTREIA	DURAÇÃO
2020	Messiah	Thriller	1 de janeiro	38–55 min
2020	Spinning Out	Drama	1 de janeiro	44–56 min
2020	October Faction	Horror	23 de janeiro	36–49 min
2020	Locke & Key	Horror, drama teen	7 de fevereiro	40–56 min
2020	Queen Sono	Drama criminal	28 de fevereiro	32–47 min
2020	Outer Banks	Drama	15 de abril	46–56 min
2020	Sweet Magnolias	Drama romântico	19 de maio	43–52 min
2020	Blood & Water	Drama teen	20 de maio	43–53 min
2020	Warrior Nun	Fantasia	2 de julho	37–50 min
2020	Cursed	Fantasia, drama, ação	17 de julho	48–59 min
2020	Young Wallander	Drama policial	3 de setembro	41–52 min
2020	Away	Ficção científica	4 de setembro	44–57 min
2020	Ratched	Drama	18 de setembro	45–62 min
2020	Grand Army	Drama Teen	16 de outubro	47–72 min
2020	Dash & Lily	Romance	10 de novembro	23–27 min
2020	Selena: The Series	Drama biográfico	4 de dezembro	33–41 min
2020	Tiny Pretty Things	Drama adolescente	14 de dezembro	54–58 min
2020	Bridgerton	Romance	25 de dezembro	57–72 min
2020	AJ and the Queen	Comédia	10 de janeiro	47–60 min
2020	Medical Police	Comédia	10 de janeiro	21–29 min

2020	The Healing Powers of Dude	Comédia familiar	13 de janeiro	23–28 min
2020	Ashley Garcia: Genius in Love	Comédia	17 de fevereiro	26–35 min
2020	Gentefied	Comédia dramática	21 de fevereiro	25–31 min
2020	I Am Not Okay With This	Comédia	26 de fevereiro	19–28 min
2020	The Iliza Shlesinger Sketch Show	Esquete	1 de abril	18–20 min
2020	The Big Show Show	Comédia	6 de abril	24–28 min
2020	Brews Brothers	Comédia	10 de abril	26–30 min
2020	BlackAF	Sitcom	17 de abril	32–48 min
2020	Never Have I Ever	Comédia	27 de abril	22–30 min
2020	Space Force	Comédia	29 de maio	27–36 min
2020	The Baby-Sitters Club	Comédia dramática	3 de julho	24–29 min
2020	Game On: A Comedy Crossover Event	Comédia	10 de agosto	26–30 min
2020	Teenage Bounty Hunters	Comédia	14 de agosto	42–58 min
2020	Julie and the Phantoms	Comédia musical	10 de setembro	27–38 min
2020	The Duchess	Comédia romântica	11 de setembro	19–28 min
2020	Sneakerheads	Comédia	25 de setembro	23–25 min
2020	Emily in Paris	Comédia dramática	2 de outubro	24–34 min
2020	Aunty Donna's Big Ol' House of Fun	Esquete	11 de novembro	17–23 min
2020	How to Ruin Christmas: The Wedding	Comédia	16 de dezembro	42–53 min

Quadro A.9 - Produções originais Netflix de língua inglesa - Ano 2021

ANO	TÍTULO	GÊNERO	ESTREIA	DURAÇÃO
2021	Fate: The Winx Saga	Fantasia adolescente	22 de janeiro	47–53 min
2021	Firefly Lane	Drama	3 de fevereiro	47–53 min
2021	Ginny & Georgia	Drama	24 de fevereiro	52–58 min
2021	The One	Ficção científica	12 de março	38–40 min
2021	Zero Chill	Drama teen, esportes	15 de março	26–34 min
2021	The Irregulars	Drama, mistério	26 de março	49–58 min
2021	Shadow and Bone	Fantasia	23 de abril	45–58 min
2021	Jupiter's Legacy	Super Herói, épico	7 de maio	35–56 min
2021	Sweet Tooth	Drama, fantasia	4 de junho	37–53 min
2021	JIVA!	Drama	25 de junho	26–50 min
2021	Sex/Life	Comédia dramática	25 de junho	43–52 min
2021	Hit & Run	Drama	6 de agosto	39–58 min
2021	The Crew	Comédia	15 de fevereiro	20–30 min
2021	Country Comfort	Sitcom	19 de março	20–27 min
2021	Dad Stop Embarrassing Me!	Sitcom	14 de abril	25–27 min
2021	The Upshaws	Sitcom	12 de maio	25–29 min
2021	The Chair	Comédia dramática	27 de agosto	TBA

**APÊNDICE B - Produções originais Netflix de não língua inglesa**

Quadro B.1 - Produções originais Netflix de língua não inglesa - Ano 2015

<b>ANO</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>IDIOMA</b>	<b>GÊNERO</b>	<b>ESTREIA</b>	<b>DURAÇÃO</b>
2015	Club de Cuervos	Espanhol	Comédia dramática	7 de agosto	36–56 min
2015	Marseille	Francês	Drama político	5 de maio	35–53 min



Quadro B.2 - Produções originais Netflix de língua não inglesa - Ano 2016

ANO	TÍTULO	IDIOMA	GÊNERO	ESTREIA	DURAÇÃO
2016	3%	Português brasileiro	Ficção científica	25 de novembro	38–51 min
2016	Estocolmo	Espanhol	Drama policial	11 de novembro	37–49 min

Quadro B.3 - Produções originais Netflix de língua não inglesa - Ano 2017

<b>ANO</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>IDIOMA</b>	<b>GÊNERO</b>	<b>ESTREIA</b>	<b>DURAÇÃO</b>
2017	Ingobernable	Espanhol	Drama político	24 de março	32–50 min
2017	Las chicas del cable	Espanhol	Drama histórico	28 de abril	41–63 min
2017	Suburra: Blood on Rome	Italiano	Drama criminal	6 de outubro	42–62 min
2017	My Only Love Song	Coreano	Comédia	9 de junho	27–30 min
2017	Blazing Transfer Students	Japonês	Ação, comédia	10 de novembro	23–28 min
2017	Dark	Alemão	Supernatural, drama	1 de dezembro	44–60 min

Quadro B.4 - Produções originais Netflix de língua não inglesa - Ano 2018

<b>ANO</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>IDIOMA</b>	<b>GÊNERO</b>	<b>ESTREIA</b>	<b>DURAÇÃO</b>
2018	Edha	Espanhol	Drama	16 de março	38–43 min
2018	O Mecanismo	Português brasileiro	Drama criminal	23 de março	39–52 min
2018	The Rain	Dinamarquês	Drama pós-apocalíptico	4 de maio	36–49 min
2018	Sacred Games	Hindi	Drama	6 de julho	43–55 min
2018	Samantha!	Português brasileiro	Comédia	6 de julho	25–37 min
2018	Jimmy: The True Story of a True Idiot	Japonês	Comédia	20 de julho	39–64 min
2018	Switched	Japonês	Ficção científica	1 de agosto	33–44 min
2018	La Casa de las Flores	Espanhol	Comédia	10 de agosto	27–37 min
2018	Ghoul	Hindi	Minissérie de terror	24 de agosto	44–50 min
2018	Élite	Espanhol	Drama criminal	5 de outubro	46–56 min
2018	YG Future Strategy Office	Coreano	Comédia	5 de outubro	20–29 min
2018	Distrito Salvaje	Espanhol	Drama criminal	19 de outubro	40–50 min
2018	Baby	Italiano	Drama	30 de novembro	40–51 min
2018	1983	Polonês	Thriller	30 de novembro	50–63 min
2018	Dogs of Berlin	Alemão	Drama	7 de dezembro	51–62 min
2018	Plan cœur	Francês	Comédia romântica	7 de dezembro	22–49 min

2018	The Protector	Turco	Mistério sobrenatural	14 de dezembro	31–51 min
2018	Diablero	Espanhol	Horror, fantasia	21 de dezembro	32–44 min
2018	Selection Day	Hindi	Drama	28 de dezembro	19–28 min

Quadro B.5 - Produções originais Netflix de língua não inglesa - Ano 2019

ANO	TÍTULO	IDIOMA	GÊNERO	ESTREIA	DURAÇÃO
2019	Kingdom	Coreano	Horror, thriller	25 de janeiro	36–57 min
2019	Siempre bruja	Espanhol	Drama sobrenatural	1 de fevereiro	32–46 min
2019	Go! Vive a Tu Manera	Espanhol	Musical	22 de fevereiro	36–44 min
2019	Historia de un crimen: Colosio	Espanhol	Crime	22 de março	32–48 min
2019	Coisa Mais Linda	Português brasileiro	Drama histórico	22 de março	34–56 min
2019	Delhi Crime	Hindi	Policial	22 de março	45–64 min
2019	Osmosis	Francês	Ficção científica, drama	29 de março	41–45 min
2019	Quicksand	Sueco	Drama, crime	5 de abril	41–49 min
2019	My First First Love	Coreano	Comédia romântica	18 de abril	42–56 min
2019	Summertime	Italiano	Drama teen	29 de abril	34–54 min
2019	Historia de un crimen: Colmenares	Espanhol	Crime	3 de maio	38–48 min
2019	Alta Mar	Espanhol	Drama, mistério	24 de maio	38–49 min
2019	How to Sell Drugs Online (Fast)	Alemão	Humor	31 de maio	24–36 min
2019	Jinn	Árabe	Fantasia, aventura	13 de junho	25–47 min
2019	Leila	Hindi	Drama	14 de junho	40–54 min
2019	Yankee	Espanhol	Drama	14 de junho	36–44 min

2019	O Escolhido	Português brasileiro	Drama	28 de junho	40–53 min
2019	Family Business	Francês	Comédia	28 de junho	27–38 min
2019	Typewriter	Hindi	Horror	19 de julho	43–52 min
2019	Dollar	Árabe	Thriller	8 de agosto	39–45 min
2019	Frontera verde	Espanhol	Drama, thriller	16 de agosto	30–48 min
2019	Love Alarm	Coreano	Ficção científica	22 de agosto	42–71 min
2019	Marianne	Francês	Horror, drama	13 de setembro	37–52 min
2019	Monarca	Espanhol	Drama familiar	13 de setembro	40–51 min
2019	Criminal: France	Francês	Policial	20 de setembro	38–43 min
2019	Criminal: Germany	Alemão	Policial	20 de setembro	41–46 min
2019	Criminal: Spain	Espanhol	Policial	20 de setembro	39–41 min
2019	Skylines	Alemão	Drama	27 de setembro	47–66 min
2019	Bard of Blood	Hindi	Thriller	27 de setembro	41–50 min
2019	Irmandade	Português brasileiro	Drama policial	25 de outubro	46–58 min
2019	Nowhere Man	Mandarim	Thriller	31 de outubro	33–67 min
2019	We Are the Wave	Alemão	Drama	1 de novembro	45–53 min
2019	The Stranded	Tailandês	Drama, fantasia	14 de novembro	46–53 min
2019	El club	Espanhol	Crime, drama	15 de novembro	26–37 min
2019	Holiday Secrets	Alemão	Drama	20 de novembro	34–42 min

2019	Mortel	Francês	Drama sobrenatural	21 de novembro	46–54 min
2019	Ninguém Tá Olhando	Português brasileiro	Comédia	22 de novembro	19–30 min
2019	Triad Princess	Mandarim	Crime, romance	6 de dezembro	35–47 min
2019	Días de Navidad	Espanhol	Drama	6 de dezembro	54–67 min

Quadro B.6 - Produções originais Netflix de língua não inglesa - Ano 2020

ANO	TÍTULO	IDIOMA	GÊNERO	ESTREIA	DURAÇÃO
2020	Jamtara - Sabka Number Ayega	Hindi	Crime, drama	10 de janeiro	23–49 min
2020	Ares	Holandês	Drama, horror	17 de janeiro	24–33 min
2020	The Ghost Bride	Mandarim	Drama, mistério	23 de janeiro	46–57 min
2020	Onisciente	Português brasileiro	Ficção científica	29 de janeiro	38–51 min
2020	Luna Nera	Italiano	Drama	31 de janeiro	40–56 min
2020	My Holo Love	Coreano	Ficção científica, romance	7 de fevereiro	40–56 min
2020	Spectros	Português brasileiro	Thriller	20 de fevereiro	36–61 min
2020	Puerta 7	Espanhol	Crime, drama	21 de fevereiro	35–45 min
2020	Taj Mahal 1989	Hindi	Comédia romântica	14 de fevereiro	31–36 min
2020	Followers	Japonês	Drama	27 de fevereiro	33–46 min
2020	Desenfrenadas	Espanhol	Comédia dramática	28 de fevereiro	35–44 min
2020	Bloodride	Norueguês	Horror	13 de março	40–56 min
2020	Vampires	Francês	Drama sobrenatural	20 de março	37–44 min
2020	She	Hindi	Crime, drama	20 de março	31–43 min
2020	Hasmukh	Hindi	Comédia	17 de abril	27–39 min
2020	The Forest of Love: Deep Cut	Japonês	Drama	30 de abril	31–51 min



2020	Into the Night	Francês	Ficção científica	1 de maio	35–40 min
2020	Betaal	Hindi	Thriller	24 de maio	45–49 min
2020	Curon	Italiano	Drama sobrenatural	10 de junho	41–51 min
2020	Boca a Boca	Português brasileiro	Suspense	17 de julho	32–49 min
2020	Sintonia	Português brasileiro	Drama	9 de agosto	36–47 min
2020	Biohackers	Alemão	Thriller	20 de agosto	40–46 min
2020	Masaba Masaba	Hindi	Drama	20 de agosto	25–34 min
2020	The Last Word	Alemão	Comédia, drama	17 de setembro	30–49 min
2020	Bom Dia, Verônica	Português brasileiro	Suspense	1 de outubro	45 min
2020	La Révolution	Francês	Drama sobrenatural	16 de outubro	39–57 min
2020	Barbarians	Alemão	Drama histórico	23 de outubro	41–51 min
2020	Paranormal	Árabe	Sobrenatural	5 de novembro	46–55 min
2020	Mismatched	Hindi	Comédia romântica	20 de novembro	29–35 min
2020	Over Christmas	Alemão	Comédia	27 de novembro	44–50 min
2020	Bhaag Beanie Bhaag	Hindi	Comédia	4 de dezembro	26–32 min

Quadro B.7 - Produções originais Netflix de língua não inglesa - Ano 2021

ANO	TÍTULO	IDIOMA	GÊNERO	ESTREIA	DURAÇÃO
2021	Lupin	Francês	Drama	8 de janeiro	35–40 min
2021	Cidade Invisível	Português brasileiro	Fantasia, suspense	5 de fevereiro	35–40 min
2021	Tribes of Europa	Alemão	Ficção científica	19 de fevereiro	44–49 min
2021	Bombay Begums	Hindi	Drama	8 de março	38–60 min
2021	Caïd	Francês	Drama	10 de março	8–15 min
2021	Zero	Italiano	Super Herói	21 de abril	21–27 min
2021	Katla	Islandês	Drama sobrenatural	17 de junho	41–51 min
2021	Squid Game	Coreano	Drama, suspense, ação	17 de setembro	32–63 min
2021	Glória	Português europeu	Suspense	5 de novembro	40–47 min