OPEN ACCESS

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN
FAMECOS
PUCRS

REVISTA FAMECOS
mídia, cultura e tecnologia

Revista FAMECOS, Porto Alegre, v. 33, p. 1-15, jan.-dez. 2026
e-ISSN: 1980-3729 | ISSN-L: 1415-0549

DOSSIÊ: PLATAFORMIZAÇÃO DA PRODUÇÃO CULTURAL NO BRASIL

Streaming de vídeo, dependência e mundo do trabalho: analisando relações de poder assimétricas entre Netflix e roteiristas no contexto brasileiro

Video streaming, dependency, and the world of work: analyzing asymmetrical power relations between Netflix and screenwriters in the Brazilian context

Streaming de video, dependencia y mundo del trabajo: analizando relaciones de poder asimétricas entre Netflix y guionistas en el contexto brasileño

Daniel Rios[1]
orcid.org/0000-0002-0870-5625
daniel_rios@id.uff.br

Recebido em: 24 ago. 2025.
Aprovado em: 27 mar. 2026
Publicado em: 03 nov. 2026.

Resumo: Este artigo investiga como os serviços de *streaming* de vídeo estão transformando as práticas de trabalho na indústria audiovisual brasileira e quais são as bases econômicas, políticas e culturais que viabilizaram essas mudanças. Tendo em vista que a literatura sobre plataformização frequentemente destaca as infraestruturas tecnológicas como as principais responsáveis pelas relações assimétricas de poder, a pesquisa defende que o fenômeno não pode ser plenamente compreendido sem também considerar as bases locais que sustentam essa dependência. Para isso, trazemos como estudo de caso a inserção da Netflix no campo de produção de séries brasileiras, observando os desdobramentos desse processo para a etapa de roteirização de obras entre os anos de 2016 e 2025. A partir de uma metodologia que combina análise documental e entrevistas em profundidade com roteiristas, argumenta-se que a relação de dependência estabelecida pela Netflix é fruto tanto das opacas políticas internas do serviço, pautadas em uma assimetria informacional, quanto das crises que perpassaram o passado recente do Brasil. Nesse sentido, a falta de um poder de barganha observada pela classe também é resultado direto da diminuição dos mecanismos de fomento, do enfraquecimento institucional da Agência Nacional do Cinema (Ancine) e da falta de regulamentação no setor.

Palavras-chave: *streaming* de vídeo; Netflix; séries brasileiras; estratégias de localização.

Abstract: This article investigates how video streaming services are transforming labor practices in the Brazil's video industry, as well as the economic, political, and cultural foundations that have enabled these changes. While the literature on platformization often highlights technological infrastructures affordances as the primary drivers of asymmetric power relations, this study argues that the phenomenon cannot be fully understood without also considering the local conditions that sustain such dependency. To this end, we present a case study of Netflix's entry into the field of Brazilian series production, examining the implications of this process for the screenwriting stage between 2016 and 2025. Using a mixed-methods approach that combines document analysis and in-depth interviews with screenwriters, the article contends that the dependency relationship established by Netflix stems both from the service's opaque internal policies, marked by informational asymmetry, and from the political and economic crises that have shaped Brazil's recent history. In this context, the screenwriting class's limited bargaining power is also a direct result of reduced public funding mechanisms, the institutional weakening of Ancine, and the stagnation of regulatory discussions in the sector.

Keywords: video streaming; Netflix; Brazilian series; localization strategies.

Este é um artigo de acesso aberto distribuído sob a licença CC-BY 4.0, que permite a cópia e redistribuição do material em qualquer formato e para qualquer finalidade, desde que a autoria original e os créditos de publicação sejam mantidos.

[1] Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ, Brasil.

Resumen: Este artículo investiga cómo los servicios de streaming de video están transformando las prácticas laborales en la industria audiovisual brasileña y cuáles son las bases económicas, políticas y culturales que han posibilitado estos cambios. Considerando que la literatura sobre plataformización suele destacar las infraestructuras tecnológicas como las principales responsables de las relaciones asimétricas de poder, la investigación sostiene que este fenómeno no puede comprenderse plenamente sin considerar también las condiciones locales que sustentan dicha dependencia. Para ello, se toma como estudio de caso la inserción de Netflix en el campo de la producción de series brasileñas, observando los efectos de este proceso en la etapa de guionización de obras entre los años 2016 y 2025. A partir de una metodología que combina análisis documental y entrevistas en profundidad con guionistas, se argumenta que la relación de dependencia establecida por Netflix resulta tanto de las opacas políticas internas del servicio, basadas en una asimetría informacional, como de las crisis que marcaron el Brasil reciente. En este sentido, la limitada capacidad de negociación observada en la clase también es consecuencia directa de la reducción de los mecanismos de fomento, del debilitamiento institucional de Ancine y de la falta de regulación en el sector.

Palabras clave: streaming de video; Netflix; series brasileñas; estrategias de localización.

Introdução

Quando serviços de *streaming* de vídeo começaram a financiar narrativas de ficção seriada no Brasil, realizadores viram nessa estratégia uma oportunidade de contornar as longínquas convenções e barreiras implementadas pela indústria midiática local. Na época, atores celebraram a oferta de papéis diferentes dos habitualmente vistos na televisão aberta, produtoras audiovisuais comemoraram a entrada de empresas interessadas em injetar fundos robustos na execução de projetos e roteiristas ficaram entusiasmados com a chegada de novas janelas para contar histórias (Shaw, 2017). Desde 2016, esses agentes têm investido em uma ampla variedade de obras no país (Mungioli; Ikeda, 2022; Penner; Straubhaar, 2020). Nesse ecossistema, destacam-se serviços transnacionais controlados por grandes corporações, como Netflix, Amazon Prime Video e Disney+, bem como o Globoplay, braço digital do maior conglomerado midiático brasileiro.

Quase uma década depois, essa relação tem adquirido um sabor agridoce. Em 2022, a Associação Brasileira de Roteiristas (ABRA) entrou com um pedido no Ministério Público do Trabalho para investigar "práticas abusivas" (ABRA, 2022). Segundo a associação, serviços de *streaming* de vídeo impõem cláusulas contratuais inflexíveis, adquirindo controle total sobre a Propriedade Intelectual (IP) das obras e exigindo que os criadores cedam seus direitos sobre futuros ganhos. Essa queixa se junta a vários outros casos que expõem as relações de poder assimétricas entre empresas multinacionais e produtores culturais locais em termos de direitos autorais, compensação injusta e más condições de trabalho (Santiago, 2023).

Considerando tal cenário, este artigo explora 1) como os serviços de *streaming* de vídeo de grande escala estão deslocando práticas de trabalho na indústria audiovisual brasileira e 2) quais são as bases econômicas, políticas e culturais que viabilizaram essas transformações. Para isso, trazemos como estudo de caso a inserção da Netflix no campo de produção de séries brasileiras, observando os desdobramentos desse processo para a etapa de roteirização de obras entre os anos de 2016 e 2025.

Como um serviço de *streaming* de vídeo financiado majoritariamente por assinaturas (SVOD)[2], a Netflix possui capacidades tecnológicas e econômicas que a distinguem da televisão massiva e do cinema comercial. Dessa forma, à medida que o serviço estadunidense avança em seu projeto de expansão transnacional, oferece um espaço alternativo para a criação de novas obras, ao mesmo tempo em que promove a reorganização das indústrias midiáticas nacionais.

Quanto ao aporte teórico, a pesquisa se inspira na teoria dos campos de Bourdieu (1996) e dos estudos críticos de indústrias midiáticas (Havens; Lotz; Tinic, 2009). Para isso, adota-se uma metodologia mista, a partir da análise de textos que abordam as estratégias de localização implementadas pela Netflix no Brasil, comple-

[2] Em maio de 2022, a Netflix lançou o plano Padrão com anúncios, oferecendo uma assinatura de menor custo com inserções publicitárias. Reconhecemos que a recente transição para um modelo híbrido de receita, baseado em assinaturas e publicidade, pode impactar as estratégias de composição de catálogo. Entretanto, optamos por manter a classificação do serviço como SVOD, considerando que seu modelo de financiamento era exclusivamente baseado em assinaturas durante a maior parte do período analisado.

mentada por entrevistas em profundidade com cinco roteiristas vinculados a séries brasileiras financiadas pelo serviço.

Serviços de *streaming* de vídeo levantam debates provenientes do meio televisivo e do cinema, mesclando-os com problemas tipicamente abordados pelos estudos críticos de ciência e tecnologia, em especial na proximidade do tema com o fenômeno da plataformização da produção cultural. Poell, Nieborg e Duffy (2021) entendem plataformização como um processo interconectado, envolvendo não apenas a intensa penetração das infraestruturas, modelos econômicos e estruturas governamentais que configuram as plataformas digitais, como também a reorganização de práticas e imaginários condicionados por elas. Atualmente, as plataformas fazem parte de um complexo ecossistema favorecido pelos fenômenos da digitalização e datificação e sustentados pela fabricação e interpretação de largas bases de dados para gerar valor (Couldry; Hepp, 2020; Silva, 2020). Assim, prometem inovação e crescimento econômico, "enquanto burlam com eficiência organizações estabelecidas, regulamentações incômodas e despesas desnecessárias" (Van Dijck; Poell; De Waal, 2018, p. 1, tradução nossa)[3]. Ainda que a Netflix não se enquadre totalmente na definição epistemológica de plataforma (Poell; Nieborg; Duffy, 2021), as problemáticas condicionadas pelo SVOD são semelhantes às de outras plataformas digitais. Nesse cenário, entendemos que a empresa contribui ativamente para a plataformização da produção cultural no Brasil.

Partimos da premissa de que, em diferentes indústrias culturais e territórios espalhados ao redor do mundo, a emergência de infraestruturas digitais que atuam como mediadoras da circulação de bens simbólicos tem resultado em relações de poder assimétricas, nas quais produtores culturais se tornam dependentes desses agentes (Cho, 2021; Montardo; Silva, 2023; Poell; Nieborg; Duffy, 2021). Tal fenômeno é reflexo de uma abordagem neoliberal da cultura que prioriza circuitos de produção que tenham potencial valor econômico e cuja articulação frequentemente parte do concatenamento de interesses privados e do Estado (Cho, 2021). Serviços de *streaming* de vídeo se inserem nesse mesmo processo, à medida que têm estabelecido relações de dependência a partir da transformação, imposição e normatização de práticas de trabalho. Apesar de identificar pontos de tensão similares no setor audiovisual de diferentes países, comumente enquadrados pelo paradigma da precarização (Kim, 2022; Tiwary, 2023), fugimos de qualquer teorização generalista ou totalizante. Pelo contrário, defendemos que é necessário investigar as especificidades locais, apontando de que maneiras essas assimetrias se materializam e quais resultados elas produzem.

O artigo argumenta que as políticas internas da Netflix, pautadas pela falta de transparência, geram uma assimetria informacional. Isto é, uma das partes envolvidas na negociação detém mais ou melhores informações do que a outra. Assim, enquanto a empresa se utiliza de um refinado conjunto de ferramentas de fabricação e monitoramento de dados comportamentais para aprovar o comissionamento de títulos, há pouca compreensão de fato sobre quais métricas são essas. Nesse contexto, acadêmicos, jornalistas, realizadores e audiência se referem a conceitos como "dados" e "algoritmos" como responsáveis por nortear as estratégias do serviço, ainda que não se tenha uma total compreensão sobre como eles interferem de fato nos bastidores. A falta de transparência, em que as métricas consideradas relevantes não são claramente definidas, cria uma situação em que o SVOD possui um entendimento mais profundo dos elementos que influenciam o campo.

Ao mesmo tempo, não há como compreender esse fenômeno sem levar em consideração as bases que viabilizam a existência dessas relações de poder assimétricas no local. No contexto brasileiro, as opacas políticas internas da Netflix prosperaram em conjunto às crises nas esferas

---

[3] No original, "*while efficiently bypassing incumbent organizations, cumbersome regulations, and unnecessary expenses*".

econômica e política que afetaram diretamente o mercado audiovisual. Dentre elas, destacam-se: 1) o golpe de 2016, que resultou em uma mudança de abordagem das políticas públicas do campo da cultura e no corte do orçamento de mecanismos de fomento durante os governos de Michel Temer (2016-2018) e Jair Bolsonaro (2019-2022); 2) o enfraquecimento institucional da Agência Nacional do Cinema no decorrer da última década; e 3) a estagnação das discussões sobre regulamentação do setor.

Como resultado, profissionais da área têm um menor grau de autonomia em relação aos serviços de *streaming* de vídeo e, portanto, um menor poder de barganha nas etapas de negociação. Para quem trabalha desenvolvendo séries no Brasil, a assimetria informacional intensifica uma relação de dependência composta, por um lado, pela pouca flexibilidade nas cláusulas contratuais envolvendo compensação e práticas de trabalho; por outro, pelo enquadramento de profissionais brasileiros como meros prestadores de serviço. Assim, esta pesquisa busca contribuir para a literatura de um tópico de relevância global, apresentando soluções que partam da perspectiva dos trabalhadores brasileiros e que sejam capazes de auxiliar na construção de um campo audiovisual mais justo.

Metodologia

A pesquisa tem seu aporte teórico-metodológico inspirado nos estudos críticos de indústrias midiáticas, abordagem que se preocupa em "examinar as micropolíticas das operações institucionais e das práticas de produção" (Havens; Lotz; Tinic, 2009, p. 238, tradução nossa)[4]. A proposta salienta as disputas, as negociações e, sobretudo, a agência dos sujeitos que participam desse processo. Segundo os autores, pesquisas de escopo mais amplo costumam oferecer uma visão panorâmica do ecossistema midiático, mas tendem a obscurecer os detalhes. Já as pesquisas alinhadas aos estudos críticos de indústrias midiáticas preocupam-se em alcançar uma maior nitidez analítica, mesmo que isso implique um recorte mais restrito. Portanto, é a partir da construção de sólidos estudos de caso que é possível analisar a relação entre as estratégias econômicas de empresas de mídia e as táticas de negociação exercidas pelos sujeitos inseridos nesse circuito.

Nessa disposição, é fundamental entender o conceito de campo proposto por Bourdieu (1996). Para o sociólogo francês, campo é um espaço social estruturado a partir de lógicas particulares, onde "há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço" (Bourdieu, 1996, p. 57). No contexto da produção de cultura, a noção de campo convida o pesquisador "a reconstituir, em uma perspectiva relacional e histórica, as circunstâncias que engendraram as obras e as ações dos agentes envolvidos (dos produtores aos consumidores)" (Picado; Souza, 2018, p. 60). Essa perspectiva visa construir relações inteligíveis tanto para apontar as disposições, as disputas e os interesses, quanto para identificar as possibilidades e restrições que os agentes possuem para subverter ou preservar o circuito.

A concentração da cadeia de produção nas mãos de grandes conglomerados, aliada à expansão das indústrias midiáticas multinacionais ao longo do século XX, provocou profundas transformações na posição e nas possibilidades atribuídas aos produtores culturais (Hesmondhalgh, 2006). Esse processo é marcado por mudanças nas relações entre os criadores de bens simbólicos, cada vez mais compreendidos como profissionais do mercado, e as instituições de produção cultural, progressivamente configuradas como corporações midiáticas (Williams, 1981). Tal dinâmica é ambígua e ambivalente: se, por um lado, os profissionais recorrem às empresas de mídia em busca dos recursos e da infraestrutura necessários para criar, distribuir e promover objetos culturais, por outro, essas empresas necessitam do capital simbólico associado aos produtores culturais. Nesse contexto,

[4] No original, "*examines the micropolitics of institutional operation and production practices*".

é comum que concedam certa autonomia aos criadores na elaboração de obras que se destaquem no campo, ao mesmo tempo em que impõem um controle mais rígido sobre as etapas de distribuição (Hesmondhalgh, 2013).

Para Bourdieu (1996), a autonomia de produtores culturais não é oferecida de bom grado, mas sim resultado de disputas dentro do campo. Um dos pontos enfatizados pela Netflix quando anunciou os investimentos em narrativas seriadas próprias, ainda nos Estados Unidos, foi justamente um maior grau de autonomia para seus profissionais (Bianchini, 2018). Essa narrativa é centrada nas inovações tecnológicas e na cultura organizacional da empresa, sendo enfatizada em seus sites e relatórios oficiais, assim como em declarações, livros e entrevistas dadas por seus representantes. Nomes já consagrados no campo, como David Fincher e Shonda Rhimes, foram porta-vozes dessa retórica, traduzida pelo mercado como liberdade criativa.

Seguindo essa perspectiva, a proposta metodológica segue duas frentes: de um lado, a análise de textos que abordam as estratégias comerciais implementadas pela Netflix para o financiamento de séries no Brasil, como relatórios da empresa, comunicados oficiais, palestras, cobertura jornalística e declarações de executivos e conferências; do outro, entrevistas em profundidade com profissionais do campo que atuaram no desenvolvimento dessas produções. Adota-se aqui o conceito ampliado de texto, que abrange uma variedade de conteúdos e objetos culturais. Nesse sentido, imagens, vídeos, *podcasts*, artigos e demais bens simbólicos são tratados como textos (Hesmondhalgh, 2013, p. 3). Esses enunciados, no entanto, não são homogêneos; ao contrário, são estruturados conforme os contextos nos quais estão inseridos. Dessa forma, compreende-se textos "como tecnologias de mediação" (Araújo, 2017, p. 106), cuja análise exige uma leitura crítica das fontes e das relações que performam no campo.

Concomitantemente, as entrevistas em profundidade buscaram preencher lacunas recorrentes nos discursos midiáticos sobre SVODs. A seleção dos informantes ocorreu por meio de contatos profissionais ou pela mediação de participantes anteriores. As entrevistas foram realizadas remotamente, por videochamada. Optou-se por um roteiro semiestruturado, que permitiu maior flexibilidade para adaptar as perguntas conforme o andamento de cada conversa e os rumos da investigação. Todo o material foi gravado com o devido consentimento dos participantes e, posteriormente, as falas foram transcritas, revisadas e analisadas com o objetivo de identificar padrões temáticos. Como medida ética, os nomes dos entrevistados foram mantidos em anonimato.

No total, foram realizadas entrevistas com cinco roteiristas que participaram diretamente da produção de séries brasileiras encomendadas pela Netflix. A escolha dessa função como foco analítico é estratégica, pois esses profissionais dialogam com representantes da Netflix e das produtoras audiovisuais brasileiras contratadas para confeccionar o projeto, mas estão hierarquicamente abaixo desses agentes. Algumas vezes, são convidados para desenvolverem a narrativa antes mesmo de serem vendidas para a Netflix; em outras, são selecionados pelas produtoras para compor as salas de roteiro. Os roteiristas ocupam, assim, uma posição intermediária na cadeia produtiva de séries brasileiras da Netflix: estão envolvidos diretamente nos processos criativos e industriais que constituem esses bens simbólicos, mas não detêm o mesmo poder de decisão que outros agentes inseridos no campo.

Cacofonia de dados: as políticas internas da Netflix

Para todos os efeitos, a história institucional apresentada pela Netflix a coloca como um caso de sucesso típico das empreitadas provenientes do Vale do Silício (Lobato, 2019). O serviço oferece um modelo de distribuição de vídeo que utiliza protocolos de internet e cujas capacidades tecnológicas "permitem estratégias e práticas inviáveis para a distribuição via radiodifusão ou a

cabo" (Lotz, 2017, tradução nossa)[5]. Dentre essas capacidades tecnológicas, destacam-se o acesso sob demanda, que permite aos sujeitos selecionar e reproduzir os títulos disponíveis no catálogo de maneira autônoma; e a mediação algorítmica, que estrutura a interface, recomenda títulos e personaliza a experiência de consumo. Somado a isso, a empresa capitaneou no segmento a popularização do modelo de financiamento baseado em assinaturas. Essa estrutura econômica possibilita que SVODs experimentem estratégias mercadológicas que não eram possíveis, comuns ou comercialmente viáveis em outros modelos de distribuição de vídeo, como na televisão generalista financiada por anunciantes e no circuito de cinema comercial.

Segundo Lotz (2022), as capacidades tecnológicas intensificam um tipo de consumo hipersegmentado, permitindo que a Netflix possua múltiplos nichos de mercado e elabore diferentes estratégias de construção de catálogo para satisfazer diferentes comunidades de gostos simultaneamente. Já o financiamento via assinatura oferece oportunidades e restrições categoricamente distintas daquelas estabelecidas pela mídia massiva, uma vez que os custos e prazeres que incentivam os sujeitos a pagar um ingresso para assistir a um filme *blockbuster* no cinema ou a ligar a televisão para acompanhar seu programa favorito não são os mesmos que os motivam a pagar pelo acesso ao catálogo de um SVOD. Tais características resultam em outras estratégias para a circulação de audiovisual, bem como outros parâmetros para avaliar o desempenho comercial desses conteúdos (Rios, 2024)).

No decorrer da década de 2010, a Netflix consolidou-se como um agente de destaque na indústria audiovisual brasileira, fenômeno que foi enfatizado após o lançamento de *3%*, primeira ficção seriada encomendada pela empresa no país, em novembro de 2016. A introdução desse novo "patrono" no campo de produção de séries do Brasil trouxe consigo outras maneiras de financiar, estruturar, produzir, circular e avaliar narrativas. Até 2025, o serviço já havia investido em 27 séries no país, espalhadas em mais de 40 temporadas. Nesse processo, também estabeleceu mudanças para quem trabalha no setor, normatizando procedimentos e causando rearranjos na cadeia de produção audiovisual brasileira. Muitas vezes, essas transformações são adaptadas de contextos estrangeiros. Um exemplo disso é a contratação de profissionais com experiência na indústria televisiva estadunidense como consultores no desenvolvimento de séries no Brasil, direcionando a equipe de roteiristas para atender aos padrões exigidos pela Netflix (De Marchi; Ladeira, 2023).

O principal problema para profissionais do setor é que não são claros quais são os parâmetros utilizados pela Netflix para avaliar a performance de suas produções. De maneira geral, serviços de SVOD não costumam divulgar informações detalhadas sobre suas operações. Assim como plataformas digitais de outros setores (Beer, 2016), informações referentes ao consumo são raramente publicadas. À primeira vista, a Netflix aparenta ser o SVOD que mais divulga dados de visualização: a empresa tem apresentado algumas métricas de visualização em seus canais oficiais desde 2018, frequentemente escolhendo um punhado de títulos que alcançam relativo sucesso (Wayne, 2022). Em 2021, houve uma nova mudança: a empresa inaugurou o Global Top 10, site que divulga semanalmente listas sobre os dez títulos mais assistidos do catálogo. Como métrica de quantificação, passa a ser destacado o número de horas vistas. Segundo a Netflix, essa nova fórmula auxilia a construção de uma unidade de medida equilibrada para avaliar a performance de conteúdos de diferentes tamanhos. Para o SVOD, a lista é vantajosa na medida em que oferece informações mais recortadas, enquanto o exime de ser acusado de apenas divulgar dados de suas produções originais.

Entretanto, o total de acessos é apenas um ponto de análise possível para avaliar a performance de um título, seja ele formatado em visu-

---

[5] No original: "*allow strategies and practices unavailable to broadcast and cable distribution*".

alizações ou em horas vistas. O problema é que esse é o *único* dado disponibilizado dentre vários outros mapeados pelo SVOD. Isso é especialmente relevante para uma empresa que tem na base de seu serviço o alcance a múltiplos nichos de mercado. Novamente: o foco de SVODs não é que seu catálogo seja amplamente consumido, mas sim o quanto esse catálogo contribui para a retenção de assinantes. Como visto nos estudos voltados para televisão segmentada (Lotz, 2007), a eficácia em atingir o nicho desejado é tão importante quanto atingir um número volumoso de audiência. Sabe-se que a Netflix se utiliza de uma variedade de outras métricas para monitorar a performance de seus títulos. O problema é que os processos pelos quais a Netflix identifica o quanto uma determinada obra cumpriu os objetivos esperados dela continuam opacos.

A "cacofonia de dados" se estabelece à medida que a empresa constantemente altera os indicadores de performance que decide divulgar e os métodos utilizados para averiguá-los. Nesse sentido, os números de visualizações são métricas que, sozinhas, não dão conta de compreender suficientemente bem a performance de uma produção. Como resultado, observa-se uma produção efervescente, com inúmeros títulos sendo desenvolvidos em território nacional, mas cujas informações sobre o desempenho dessas obras nem sempre são acessíveis, muitas vezes até mesmo para os profissionais que trabalham na sua confecção.

A assimetria informacional no campo de produção das séries brasileiras

A cacofonia das múltiplas métricas de visualização apresentadas pela Netflix, salientada pelas rápidas mudanças de parâmetros em um período tão curto, dificulta a consolidação de qualquer compreensão substancial sobre o consumo de ficção seriada em serviços de *streaming* de vídeo. São poucos os países em que a empresa fornece informações detalhadas sobre o número total de assinantes ou sobre o lucro arrecadado em cada território. No caso do Brasil, a maior parte dos dados referentes à Netflix foi adquirida por métodos alternativos. Durante a última década, empresas privadas como a Kantar Ibope e órgãos públicos como a Ancine realizaram diversas pesquisas voltadas para o consumo audiovisual em SVODs (Ancine, 2024; Kantar Ibope Media, 2025). Concomitantemente, De Marchi e Ladeira (2023, p. 3) também comentam sobre o vazamento de informações por parte do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), que revelou uma base de 19 milhões de assinantes da Netflix no Brasil em 2021.

Dessa forma, sabe-se que o Brasil é importante para a Netflix *em alguma medida*, ainda que as políticas internas implementadas pela empresa não deixem totalmente claro a proporção dessa importância. Em decorrência disso, instaura-se uma assimetria informacional no modo de atuação da empresa, em que agentes nos altos cargos da Netflix detém todo o quadro de informações disponíveis para traçar os objetivos que guiam as estratégias do serviço. Enquanto isso, jornalistas, acadêmicos, audiência e profissionais se veem à deriva, precisando resolver um quebra-cabeças sem ter acesso a todas as peças. Um dos roteiristas entrevistados, com ampla experiência na área e passagem por produções ficcionais para cinema, televisão e diversas plataformas de *streaming*, ressalta que

> É difícil metrificar o sucesso. Antes, a gente tinha essa medida pelo Ibope que ajudava, inclusive, as emissoras e venderem para os anunciantes, onde a emissora fala "olha, você vai investir esse valor porque eu vou entregar para você tantos milhões de pessoas". Com o *streaming*, a gente não tem essa métrica aberta (Entrevista, 9 maio 2023).

O impacto das séries brasileiras, então, recai sobre práticas informais de pesquisa. Diante da escassez de informações, os profissionais acabam recorrendo a outros parâmetros para avaliar a performance, em especial, a indicação a prêmios, aos comentários da crítica especializada e ao *buzz* em plataformas de redes sociais. De forma geral, profissionais da indústria tentam tatear, no ambiente próximo, evidências para aferir a performance das produções das quais participam. Contudo, esses materiais são dados isolados e

não uma pesquisa de audiência com uma amostra estatisticamente consolidada. Mais importante, no entanto, é o fato de que até mesmo os profissionais que participam da confecção desses programas não têm acesso a informações que, segundo o discurso promovido pela indústria, a Netflix já possui. A assimetria informacional reside justamente no fato de que, enquanto SVODs fabricam métricas e monitoram a performance dos títulos de seu catálogo de uma forma muito mais refinada do que as vistas na televisão e no cinema, há poucos mecanismos disponíveis para se compreender como essas métricas são articuladas no audiovisual brasileiro.

A assimetria informacional se reflete, inclusive, na gestão dos projetos comissionados pela Netflix, algo que se manifesta já nas etapas iniciais de desenvolvimento. O que paira no ar é a incerteza sobre o que caracteriza uma série brasileira da Netflix como bem-sucedida, uma vez que os objetivos e as expectativas em torno do projeto não são claros nem mesmo para os profissionais diretamente envolvidos em sua realização. Termos como "dados", "visualizações" e "algoritmos" surgem com frequência nos discursos, descrevendo o uso de métodos computacionais como guias para estratégias de mercado e critérios de avaliação após a estreia dos títulos. Contudo, não há uma comunicação suficientemente transparente com os realizadores para situá-los dentro da estratégia da Netflix no Brasil. Segundo um dos informantes da pesquisa, que atuou em uma série cancelada logo em sua primeira temporada, a percepção que fica é de que até mesmo os executivos da empresa ainda estão aprendendo a lidar com o volume de informações ao qual têm acesso.

> Se métricas e dados são importantes, eles têm que estar muito bem alinhados no início. Porque você não consegue produzir um conteúdo para atingir determinada métrica se você não sabe que métrica é essa. Essa falta de visibilidade sobre as métricas impede os autores de entender como eles podem contemplá-las dentro da história (Entrevista, 17 out. 2023).

Como apresentado por De Marchi e Ladeira (2023, p. 7), a partir de entrevistas com realizadores da série *3%*, as métricas são utilizadas por executivos da empresa para "convencer os produtores a seguir suas sugestões para a condução da narrativa". Os informantes entrevistados para este artigo corroboram que essa é uma prática comum em outras obras comissionadas pela Netflix no Brasil. Segundo os roteiristas, o contato direto com executivos da empresa geralmente fica restrito a quem ocupa cargos de liderança nos projetos: criadores, produtores-executivos, chefes de roteiro e diretores, por exemplo. Nessas reuniões, não há o compartilhamento de números oficiais, mas as métricas são recorrentemente usadas como recurso retórico para embasar sugestões da empresa sobre o desenvolvimento da trama.

Esse processo se perpetua após o lançamento da série. Quando uma produção é renovada, o retorno da Netflix se concentra em indicar, com base em métricas, quais personagens, núcleos e enredos agradaram à audiência na temporada anterior, sugerindo possíveis caminhos a seguir nos episódios seguintes. Ainda que as séries sejam comissionadas com a expectativa de atingir um segmento de público pré-definido, a capacidade da empresa de segmentar perfis de consumo para além dos marcadores demográficos tradicionais permite um refinamento maior sobre quem, de fato, se interessou pela produção. Nesse contexto, o principal destaque recai sobre os casos em que a série consegue atrair um nicho específico. A partir desse resultado, a empresa orienta os realizadores a desenvolver os episódios seguintes com foco nesse público cativo. Foi o caso da série *3%*: ao perceber uma proeminente atração da audiência infantojuvenil, executivos da empresa recomendaram a exclusão de cenas ou diálogos que pudessem elevar a classificação indicativa.

O que se estabelece no cenário contemporâneo é o primeiro eixo de uma relação de dependência. Notadamente, o modelo implementado por serviços de vídeo sob demanda financiado majoritariamente por anunciantes requer a criação de outros parâmetros de analisar performance, não centrado no alcance massivo e sim em atin-

gir segmentos de audiência. Tanto em termos do conteúdo que está sendo criado quanto das práticas industriais que estão sendo executadas, há um espaço para testar processos de criação e estruturas narrativas diferentes das vistas no fluxo linear. No entanto, a opacidade nas informações compartilhadas pela empresa faz com que qualquer conhecimento adquirido seja pontual, de maneira que os dados são turvos até mesmo para os profissionais envolvidos em sua criação.

Crises, erosão institucional e desregulamentação: mapeando o contexto local

As políticas internas da Netflix que favorecem a assimetria informacional entre a empresa e os realizadores de séries são viabilizadas pelos processos históricos que estruturam o Brasil contemporâneo. No decorrer da década de 2010, crises na economia e na política alteraram de maneira generalizada o cotidiano dos brasileiros. Para o campo da cultura, em particular para o setor audiovisual, isso significou uma drástica diminuição dos mecanismos de fomento que embasavam a confecção de obras. Em decorrência disso, houve uma reconfiguração do cenário nacional, marcada pelo retrocesso dos tímidos avanços conquistados pelo setor na década anterior, pelo enfraquecimento institucional da Ancine e pela interrupção de discussões sobre a regulamentação dos SVODs no país.

Entre os eventos mais significativos, destaca-se o golpe de 2016, que resultou no *impeachment* de Dilma Rousseff da presidência do Brasil. Com a destituição de Rousseff, do *Partido dos Trabalhadores* (PT), o cargo foi assumido por Michel Temer, do então *Partido do Movimento Democrático Brasileiro* (PMDB). Essa passagem configura uma mudança drástica no projeto de nação proposto: após treze anos de governos alinhados à esquerda, a administração do país volta a ser controlada por partidos orientados mais à direita do espectro político. A troca do grupo político possibilitou alterações dos dirigentes da Ancine, do Ministério da Cultura e dos demais agentes responsáveis por propor e conduzir as políticas públicas do campo. Com isso, fez surgir a oportunidade para o grupo "alterar os rumos das políticas para o setor audiovisual e cultural" (Calabre; Tavares, 2021, p. 215).

A principal mudança na política audiovisual brasileira durante o governo Temer foi a nomeação de Christian de Castro como novo diretor-presidente da Ancine (Ikeda, 2022). Com essa gestão, a agência passou a adotar uma postura mais alinhada aos interesses da indústria, concentrando investimentos em grandes produtoras audiovisuais e empresas distribuidoras. Castro propôs uma nova versão do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), que gere os recursos obtidos pelo aparato de recolhimento fiscal, a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (Condecine). A iniciativa, chamada de FSA 2.0, alterou as diretrizes gerais do FSA, estabelecendo novas estruturas normativas e regras de investimento sob o pretexto de desburocratizar a aprovação e a liberação de recursos para projetos (Calabre; Tavares, 2021). Segundo Ikeda (2022), o FSA 2.0 introduziu parâmetros de seleção que conferem maior peso ao desempenho comercial dos títulos, favorecendo as grandes empresas do setor e, simultaneamente, impondo obstáculos aos agentes de pequeno e médio porte.

Além das mudanças na articulação de recursos, outras medidas adotadas pelo presidente fortaleceram o protagonismo de grupos econômicos estrangeiros no setor. Por meio de um decreto, Temer estabeleceu, em dezembro de 2018, uma nova composição para o Conselho Superior do Cinema (CSC), órgão público responsável pela aprovação das diretrizes gerais para o desenvolvimento e estímulo da indústria audiovisual. O novo arranjo deixou o CSC majoritariamente composto por representantes de grandes grupos econômicos, atuantes em diferentes elos da cadeia produtiva, e reduziu a participação de realizadores. Entre os nomes indicados, destaca-se a presença de Paula Karol Pinha, na época diretora de relações governamentais e políticas públicas da Netflix no Brasil; José Maurício Fittipaldi, representante da Motion Picture Association of

America, entidade que reúne grandes estúdios estadunidenses; e Leonardo Palhares, advogado que já havia atuado em defesa dos interesses de plataformas digitais como Google e Facebook (Genestreti, 2018).

> Com essas transformações, estava em jogo uma conversão na ótica do financiamento público, que se tornava mais aderente a um ideário de tendência economicista, representando as mudanças de matriz ideológica do governo Temer, adaptadas ao contexto da cultura (Ikeda, 2022, p. 26).

A situação da Ancine se agravou após a vitória de Jair Bolsonaro nas eleições de 2018. O caráter neoliberal que a agência havia adquirido no governo anterior convergiu com a agenda conservadora proposta pelo novo presidente. A partir de uma retórica centrada no combate à corrupção e na redução dos gastos públicos, Bolsonaro reformulou a estrutura ministerial e extinguiu o Ministério da Cultura já no primeiro dia de seu mandato. A pasta foi rebaixada à condição de secretaria, passando a integrar o Ministério da Cidadania, e, em 2021, foi transferida para o Ministério do Turismo. Reforçando o discurso que marcou toda a campanha eleitoral, Bolsonaro passou a criticar as obras financiadas pela agência, afirmando que não se deveria permitir o uso de recursos públicos para a produção de conteúdos que promovam o ativismo, "em respeito às famílias" (Maia; Mendes, 2019).

O governo Bolsonaro foi turbulento para todo o campo da cultura. No que se refere à relação com a Ancine, o presidente manifestou o desejo de colocar *filtros* na seleção de projetos, de transferir a sede da agência para Brasília e de, eventualmente, privatizar ou extinguir o órgão caso suas exigências não fossem cumpridas (Mazui, 2019). Embora tais ameaças não tenham se concretizado, contribuíram para gerar instabilidade no setor, agravada pelo afastamento de Christian de Castro da diretoria da Ancine após denúncias de corrupção e de uso da máquina pública para atingir outros membros da agência. Para os realizadores, a percepção era de estrangulamento do setor, marcado pela paralisação dos repasses a projetos aprovados em 2019, por tentativas de intervenção que favoreciam propostas alinhadas ao perfil ideológico do governo e pela redução dos mecanismos de fomento às obras. Há, nesse sentido, cortes drásticos nos valores dos editais lançados pelo FSA após 2019 (Ikeda, 2022).

Para os serviços de *streaming* de vídeo, a erosão institucional da Ancine resultou na interrupção de qualquer avanço em direção à regulamentação do segmento. Isso se relaciona, em grande medida, ao intenso *lobby* exercido por empresas estrangeiras do setor. Meses antes de serem nomeados para o CSC, os representantes da Netflix e da *Motion Picture Association* (MPA) foram ao Senado para participar de audiência pública sobre projeto de lei que previa a tributação de serviços de vídeo sob demanda. Paula Karol Pinha argumentou que mecanismos de taxação seriam, em última instância, prejudiciais para consumidores. Já José Maurício Fittipaldi classificou o projeto como "altamente intervencionista e excessivo" (Vasco, 2019), alegando que não havia dados satisfatórios sobre os impactos da medida no audiovisual nacional. Esse episódio exemplifica uma estratégia recorrente adotada por empresas de mídia para se esquivarem de obrigações legais, mobilizando os consumidores ao sugerir que o aumento de tributos pode resultar em assinaturas mais caras ou na redução da cartela de oferta do serviço.

Concomitantemente, há um medo de que a legislação proposta não consiga acompanhar as transformações tecnológicas e econômicas do setor. Mais do que isso, a própria ideia de regulamentação esbarra na incerteza de quais interesses prevaleceriam no jogo político que envolve as negociações da fabricação de leis. Atualmente, a principal proposta no campo é o Projeto de Lei n. 2.331, apelidado de PL do *streaming*. Aprovado pelo Senado Federal em abril de 2024 e posteriormente enviado à Câmara dos Deputados, o projeto prevê que empresas do setor contribuam para o Condecine e estabelece cotas no catálogo para produções nacionais (Brasil, 2024).

Sem poder de barganha

A assimetria informacional, o enfraquecimento institucional da Ancine e a desregulamentação do mercado de vídeo sob demanda no Brasil têm como principal desdobramento o aumento da dependência dos realizadores brasileiros em relação à Netflix. Entre meados dos anos 2000 e a primeira metade da década de 2010, o cenário audiovisual brasileiro passou por um período de multiplicação de janelas e incentivos para o desenvolvimento de filmes e séries, impulsionado tanto pela entrada de novos grupos econômicos no segmento da TV por assinatura quanto pela implementação de políticas públicas de financiamento direto e indireto à produção de obras (Lima, 2015). Nesse contexto, realizadores de pequeno e médio porte podiam recorrer a uma ampla gama de agentes públicos e privados para viabilizar seus projetos. Notadamente, editais de fomento municipais, estaduais e federais ofereciam oportunidades para o amadurecimento de ideias e o fortalecimento de trajetórias profissionais.

Se antes era possível participar de editais de fomento e captar fundos para a elaboração de roteiros, bíblias ou episódios-piloto, as movimentações pós-golpe de 2016 — que incluíram cortes nos mecanismos de fomento, o congelamento de orçamentos já aprovados e a completa paralisação da Ancine — retiraram de quem produz audiovisual no Brasil caminhos alternativos para o financiamento de obras. Em particular, a paisagem atual estabelece uma dinâmica na qual produtoras audiovisuais, criadores, produtores-executivos, roteiristas e demais profissionais responsáveis pela criação das séries da Netflix no país são tratados como meros prestadores de serviço.

Nesse aspecto, observa-se um retrocesso em relação aos tímidos avanços conquistados pelo setor audiovisual brasileiro nas últimas décadas. Atualmente, em escala global, um dos principais debates em torno do comissionamento de títulos por SVODs diz respeito à compra total dos direitos de IP sobre as obras. No Brasil, a situação não é diferente: ao encomendar uma nova série, a Netflix adquire o controle integral do produto. Os contratos firmados pela empresa tendem a ser inflexíveis, exigindo que os criadores cedam integralmente os direitos de IP como condição para a viabilização do projeto. Com isso, deixam de participar dos lucros que possam ser gerados posteriormente pelo sucesso da obra na plataforma. Em termos contratuais, isso significa que a Netflix pode, inclusive, desenvolver novas temporadas de uma série sem a participação de seu criador original.

Em 2022, a Associação Brasileira de Autores Roteiristas protocolou um pedido de mediação junto ao Ministério Público do Trabalho nos estados do Rio de Janeiro e São Paulo, com o objetivo de avaliar as práticas de trabalho impostas à categoria pelos SVODs no Brasil. A ABRA alega que essas empresas adotam práticas abusivas em seus regimes de contratação, argumentando que roteiristas são frequentemente coagidos a aceitar cláusulas contratuais contrárias aos seus interesses (ABRA, 2022). Assim como em outros SVODs que financiam séries no Brasil, a Netflix contrata roteiristas para o projeto completo, ou seja, toda a temporada. Para roteiristas, existem hoje diferentes formas de remuneração, como o pagamento por entrega, feito após a finalização de uma etapa solicitada, e o pagamento por aprovação, em que o valor só é recebido após o trabalho ser aprovado pelo financiador. Um dos informantes, que trabalhou para a Netflix no início do desenvolvimento de séries no Brasil, comenta sobre as dificuldades enfrentadas pelo regime implementado:

> Enquanto o material não é aprovado, não tem o que entregar. Se não tem o que entregar, atrasa o cronograma. E enquanto a entrega não é feita, o contrato não acaba. [...] É um modelo muito falho de contratação. E nos foi dito que era uma imposição da Netflix de como as coisas estavam sendo feitas (Entrevista, 18 out. 2023).

A prática de contratação por temporada apresenta um obstáculo importante: caso os profissionais acordem a entrega do material em um prazo previamente estabelecido e esse cronograma seja ultrapassado, é necessário renegociar os termos para que haja compensação pelo tempo adicional de trabalho. Do ponto de vista da

empresa, essa estratégia visa reduzir custos e replicar modelos de produção utilizados nos Estados Unidos — ainda que a experiência com salas de roteiro no Brasil não possua o mesmo grau de estruturação encontrado na indústria norte-americana. Essa modalidade de contratação difere significativamente da remuneração mensal, na qual os roteiristas são pagos durante o período em que estão efetivamente envolvidos no projeto.

Além disso, roteiristas e assistentes de roteiro também renunciam a quaisquer ganhos futuros relacionados à obra, não tendo direito a lucros residuais. Informantes relatam, inclusive, que os contratos de roteiro seguem modelos baseados na legislação estadunidense, sendo traduzidos integralmente do inglês para o português. Como consequência, alguns documentos incorporam cláusulas que sequer são permitidas pela legislação brasileira, mas que acabam sendo aceitas porque os profissionais precisam trabalhar para pagar suas contas e por receio de que denúncias formais dificultem sua inserção em novos projetos.

> A gente fica muito rendido porque é muito trabalho criativo colocado no projeto, né. É a sua vida lá. Eu sinto que é uma lógica totalmente invertida, absolutamente exploratória e que torna muito vulnerável o trabalho dos roteiristas (Entrevista, 17 out. 2023).

A falta de um "poder de barganha" é uma queixa recorrente entre os profissionais do campo. Com poucas alternativas de financiamento disponíveis, SVODs como a Netflix tornaram-se praticamente as únicas opções viáveis no mercado brasileiro fora do império relativamente restrito do Grupo Globo. Assim, enquanto as primeiras séries encomendadas pela Netflix nos Estados Unidos foram caracterizadas por uma maior autonomia por parte dos criadores, como aponta Bianchini (2018), no Brasil contemporâneo ocorre exatamente o oposto: os profissionais envolvidos na produção de séries nacionais têm pouca autonomia sobre suas obras, pouca margem para negociar contratos mais saudáveis e pouco suporte jurídico por parte das entidades governamentais que deveriam protegê-los.

> O *streaming* entrou no momento em que havia se criado esse vácuo e todas as produtoras e profissionais ficaram sem as mesmas fontes de renda que tinham antes. Então o *streaming* entra de forma vertical: ou você aceita ou você aceita. E não tinha muito como barganhar. Não tinha mais como falar: "olha, não vou vender esse projeto de longa pra vocês porque eu posso produzir ele via FSA, via coprodução internacional [em que] eu tenho outros meios de fazer e ainda ficar com [os direitos autorais sobre] ele" [...] Nesses quatro anos de governo Bolsonaro, os roteiristas *freelancers* ficaram com pouca barganha, mas as produtoras também ficaram com pouca barganha porque elas começaram só conseguir pagar as contas por causa do *streaming* e começaram a aceitar algumas coisas que não seriam aceitas em ambientes mais saudáveis de produção onde você tem investimento público, onde você tem coproduções internacionais, onde você tem editais federais, estaduais e municipais e onde você tem uma lei regulamentando [o setor] (Entrevista, 9 maio 2023).

Essa dinâmica não é algo singular da Netflix, de forma que outros SVODs atuantes no Brasil também enfrentam denúncias semelhantes. Um dos casos mais enfáticos é o de Pedro Cardoso e Graziella Moretto, demitidos da série que eles próprios haviam criado. Cardoso e Moretto são amplamente conhecidos por seus papéis cômicos em produções da TV Globo — A Grande Família e Os Normais, respectivamente. Ambos assinam "*Área de Serviço*", uma comédia vendida à Warner Media como produção original da HBO Max e desenvolvida pela Dueto Produções. Em outubro de 2022, Cardoso alegou que ele e Moretto haviam sido excluídos das etapas criativas da produção e que acabaram limitados ao papel de atores (os dois também integravam o elenco da série). Segundo ele, a liderança e a autoria do projeto foram apropriadas pelo serviço de *streaming* e pela produtora brasileira. "Graziella e eu nos tornamos empregados do trabalho que nós tínhamos feito. Já não é isso um roubo?" (Zanon, 2022).

Considerações finais

De um modo amplo, SVODs deslocam normas e convenções que regem a produção, a distribuição e o consumo de ficção seriada. Em especial,

impõem uma lógica em que as métricas para avaliar o sucesso comercial de uma obra diferem significativamente daquelas aplicadas à televisão linear financiada por publicidade. No Brasil, essas plataformas normatizam regimes de contratação e formas de trabalho que até então eram pouco comuns no mercado audiovisual nacional. Tais práticas foram viabilizadas tanto pela ausência de mecanismos jurídicos de proteção quanto pelo contexto político e econômico do período. Embora essas estratégias já fossem aplicadas por empresas de mídia nos Estados Unidos, sua existência no exterior não justifica sua adoção automática e integral no contexto brasileiro.

Neste artigo, investigamos de que modo a Netflix tem reconfigurado as práticas de trabalho na indústria audiovisual brasileira. A partir da análise de textos voltados às estratégias de localização implementadas pela empresa no Brasil e de entrevistas em profundidade realizadas com roteiristas envolvidos em projetos financiados pelo serviço, exploramos os impactos desse movimento sobre a etapa de desenvolvimento de narrativas seriadas. Semelhante ao observado em outras infraestruturas tecnológicas (Cho, 2021; Poell; Nieborg; Duffy, 2021), a Netflix estabelece uma relação de dependência com os roteiristas que trabalham em suas comissões. No entanto, ressaltamos que essa relação de poder desigual se materializa a partir de contornos específicos, produto tanto das características do SVOD quanto do campo de produção audiovisual brasileiro. Assim, se por um lado a inacessibilidade dos roteiristas aos dados de desempenho contribui para a consolidação de uma assimetria informacional, por outro, a diminuição de mecanismos alternativos de fomento enfraquece o poder de barganha desses profissionais frente ao serviço.

A noção de autonomia é vital para Bourdieu (1996), em especial porque ela não é uma característica transcendental ou perpétua, mas sim uma produção histórica. A Netflix, então, se inseriu como um novo agente no campo de produção de séries, um espaço social que possui "lógicas específicas que regem a produção, a distribuição e o consumo destes produtos" (Bianchini, 2018, p. 34) e que é permeado por demandas econômicas, sistemas de consagração e reconhecimento e disputas internas por autonomia. Cabe ressaltar que essa é uma dinâmica distinta da vista no circuito de produção de telenovelas brasileiras, em que processos históricos resultaram um maior grau de autonomia para a figura do autor-roteirista (Souza, 2014).

Contratos abusivos, condições de trabalho precárias e perda de direitos não devem ser encarados como meros efeitos colaterais da expansão da Netflix no Brasil. Iniciativas como a proposta pela ABRA são fundamentais para conferir força coletiva às demandas da categoria. Casos como o de Cardoso e Moretto levantam uma reflexão importante: se até mesmo profissionais renomados do audiovisual brasileiro enfrentam limitações no controle sobre suas próprias obras e dependem de negociações contínuas com os demais agentes envolvidos na produção, é razoável supor que a autonomia de produtores culturais menos conhecidos é ainda mais restrita. Essa realidade é particularmente agravada considerando a ausência de regulamentação no setor.

Para se promover espaços de atuação mais saudáveis, contudo, a regulamentação dos serviços de vídeo sob demanda representa apenas o primeiro passo. Sim, é preciso que existam mecanismos que garantam a promoção da diversidade nacional nos catálogos dessas plataformas, bem como marcos jurídicos que protejam os direitos autorais dos profissionais brasileiros. Entretanto, é igualmente necessário fortalecer as políticas públicas de fomento direto e indireto, de modo a promover um circuito audiovisual mais sólido e resiliente diante de eventuais crises no futuro.

Referências

ABRA. *ABRA entra no Ministério Público contra práticas abusivas de empresas de streaming*. [*S. l.*]: ABRA, 9 set. 2022. Disponível em: https://www.abra.art.br/post/abra-entra-no-minist%C3%Agrio-p%C3%BAblico-contra-pr%C3%A1ticas-abusivas-de-empresas-de-streaming. Acesso em: 8 set. 2024.

ANCINE. Panorama do mercado de vídeo por demanda no Brasil 2023. *Observatório Brasileiro do Cinema e*

Audiovisual, Brasília, DF, 29 jan. 2024. Disponível em: https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/publicacoes/arquivos.pdf/panorama-vod-2023-1.pdf. Acesso em: 8 mar. 2024.

ARAÚJO, W. *As narrativas sobre os algoritmos do Facebook:* uma análise dos 10 anos do feed de notícias. 2017. 132 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017. Disponível em: http://hdl.handle.net/10183/157660. Acesso em: 27 jul. 2026.

BEER, D. *Metric power.* London: Palgrave Macmillan, 2016.

BIANCHINI, M. *A Netflix no campo das séries televisivas e a construção narrativa de Arrested Development.* 2018. 220 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, 2018. Disponível em: https://repositorio.ufba.br/handle/ri/28509. Acesso em: 27 jul. 2026.

BOURDIEU, P. *As regras da arte:* gênese e estrutura do campo literário. 2. ed. São Paulo: Cia. das Letras, 1996.

BRASIL. Câmara dos Deputados. *Projeto de Lei n. 2.331, de 2022.* Dispõe sobre a oferta de serviços de vídeo sob demanda ao mercado brasileiro e cria nova modalidade de Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (CONDECINE). Brasília, DF: Câmara dos Deputados, 2024. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=2419744&filename=PL%202331/2022. Acesso em: 30 jul. 2026.

CALABRE, L.; TAVARES, T. O Fundo Setorial do Audiovisual e as políticas audiovisuais: interfaces com os estudos de cultura visual. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 34, p. 197-220, 2021. Disponível em: https://doi.org/10.1590/S2178-149420210110. Acesso em: 27 jul. 2026.

CHO, H. The platformization of culture: Webtoon platforms and media ecology in Korea and beyond. *The Journal of Asian Studies*, *[s. l.]*, v. 80, n. 1, p. 73-93, 2021. Disponível em: https://doi.org/10.1017/S0021911820002405. Acesso em: 27 jul. 2026.

COULDRY, N.; HEPP, A. *A construção mediada da realidade.* São Leopoldo: UNISINOS, 2020.

DE MARCHI, L.; LADEIRA, J. M. Originais Netflix: um panorama da produção audiovisual da Netflix no Brasil 2016-2019. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, v. 30, n. 1, p. e42989, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.15448/1980-3729.2023.1.42989. Acesso em: 27 jul. 2026.

GENESTRETI, G. Governo tira cineastas e chama grupos estrangeiros para Conselho de Cinema. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 4 dez. 2018. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/12/governo-tira-cineastas-e-chama-grupos-estrangeiros-para-conselho-de-cinema.shtml. Acesso em: 8 mar. 2024.

HAVENS, T.; LOTZ, A. D.; TINIC, S. Critical Media Industry Studies: a research approach. *Communication, Culture & Critique*, *[s. l.]*, v. 2, n. 2, p. 234-253, 2009. Disponível em: https://doi.org/10.1111/j.1753-9137.2009.01037.x. Acesso em: 27 jul. 2026.

HESMONDHALGH, D. Bourdieu, the media and cultural production. *Media, Culture & Society*, *[s. l.]*, v. 28, n. 2, p. 211-231, 2006. Disponível em: https://doi.org/10.1177/0163443706061682. Acesso em: 27 jul. 2026.

HESMONDHALGH, D. *The cultural industries.* 3rd ed. London: SAGE, 2013.

IKEDA, M. As políticas públicas para o audiovisual: impasses da gestão da Ancine no governo Bolsonaro. *Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura*, São Cristóvão, v. 24, n. 1, p. 22-41, 2022. Disponível em: https://doi.org/10.54786/revista%20eptic.v24i1.15558. Acesso em: 27 jul. 2026.

KANTAR IBOPE MEDIA. *Inside Video 2025:* a fluidez multidirecional do vídeo. São Paulo: Ibope, 8 abr. 2025. Disponível em: https://kantaribopemedia.com/conteudo/estudo/inside-video-2025/. Acesso em: 27 jul. 2026.

KIM, T. Cultural politics of Netflix in local contexts: a case of the Korean media industries. *Media, Culture & Society*, *[s. l.]*, v. 44, n. 8, p. 1508-1522, 2022. Disponível em: https://doi.org/10.1177/01634437221111917. Acesso em: 27 jul. 2026.

LIMA, H. S. *A lei da TV paga:* impactos no mercado audiovisual. 2015. 149 f. Dissertação (Mestrado em Meios e Processos Audiovisuais) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015. Disponível em: https://doi.org/10.11606/D.27.2015.tde-26062015-162615. Acesso em: 27 jul. 2026.

LOBATO, R. *Netflix nations:* the geography of digital distribution. New York: New York University Press, 2019.

LOTZ, A. D. *The television will be revolutionized*. New York: New York University Press, 2007.

LOTZ, A. D. *Portals:* a treatise on Internet-distributed television. Ann Arbor: Michigan Publishing, 2017.

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

MAIA, G.; MENDES, A. Bolsonaro: "Não posso admitir filmes como Bruna Surfistinha com dinheiro público". *O Globo*, Brasília, DF, 18 jul. 2019. Disponível em: https://oglobo.globo.com/cultura/bolsonaro-nao-posso-admitir-filmes-como-bruna-surfistinha-com-dinheiro-publico-23817326. Acesso em: 8 mar. 2024.

MAZUI, G. "Se não puder ter filtro, nós extinguiremos a ANCINE", diz Bolsonaro. *G1*, Brasília, DF, 19 jul. 2019. Disponível em: https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/07/19/se-nao-puder-ter-filtro-nos-extinguiremos-a-ancine-diz-bolsonaro.ghtml. Acesso em: 8 mar. 2024.

MONTARDO, S.; SILVA, C. Plataformização da produção cultural no YouTube: estudo de caso do canal 2quadrinhos. *Revista GEMInIS*, *[s. l.]*, v. 14, n. 1, p. 149-170, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.53450/2179-1465.RG.2023v14i1p149-170. Acesso em: 27 jul. 2026.

MUNGIOLI, M. C.; IKEDA, F. Um estudo do catálogo das séries originais Globoplay no período de 2018 a 2022. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, *[s. l.]*, v. 21, n. 41, p. 112-123, 2022. Disponível em: https://doi.org/10.55738/alaic.v21i41.948. Acesso em: 27 jul. 2026.

PENNER, T. A.; STRAUBHAAR, J. D. Títulos originais e licenciados com exclusividade no catálogo brasileiro da Netflix: um mapeamento dos países produtores. *MATRIZes*, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 125-149, 2020. Disponível em: https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v14i1p125-149. Acesso em: 27 jul. 2026.

PICADO, B.; SOUZA, M. C. J. de. Dimensões da autoria e do estilo na ficção seriada televisiva. *MATRIZes*, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 53-77, 29 ago. 2018. Disponível em: https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i2p53-77. Acesso em: 27 jul. 2026.

POELL, T.; NIEBORG, D.; DUFFY, B. *Platforms and cultural production.* Cambridge: Polity Press, 2021.

RIOS, D. *Diversidade e Dependência:* Netflix e o campo de produção de séries no Brasil. 2024. 220 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Instituto de Arte e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2024. Disponível em: https://app.uff.br/riuff/handle/1/36212. Acesso em: 8 ago. 2026.

SANTIAGO, A. Reclamações nos bastidores de "Dona Beja", da HBO Max. *O Globo*, 21 out. 2023. Disponível em: https://oglobo.globo.com/play/novelas/noticia/2023/10/21/reclamacoes-nos-bastidores-de-dona-beja-da-hbo-max-entenda.ghtml. Acesso em: 21 ago. 2025.

SHAW, L. Netflix Wants the World to Binge-Watch. *Bloomberg*, 12 jan. 2017. Disponível em: https://www.bloomberg.com/news/features/2017-01-12/netflix-wants-the-world-to-binge-watch. Acesso em: 8 mar. 2024.

SILVA, T. Racismo algorítmico em plataformas digitais: microagressões e discriminação em código. *In*: SILVA, T. *Comunidades, algoritmos e ativismos digitais:* olhares afrodiaspóricos. São Paulo: LiteraRUA, 2020. p. 120-137.

SOUZA, M. C. J. O papel das redes de televisão na construção do lugar do autor nas telenovelas brasileiras: notas metodológicas. *In*: SOUZA, M. C. J.; BARRETO, R. R. (org.). *Bourdieu e os estudos de mídia:* campo, trajetória e autoria. Salvador: EDUFBA, 2014. p. 35-60.

TIWARY, I. "OTT Is Exactly What TV Is Not": structural adjustment and shifts in Indian scriptwriting. *In*: LOTZ, A. D.; LOBATO, R. (ed.). *Streaming video:* storytelling across borders. New York: New York University Press, 2023. p. 71-88.

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M. *The platform society:* public values in a connective world. Oxford: Oxford University Press, 2018.

VASCO, P. S. Projeto que regula serviços como Netflix deverá ser votado no primeiro semestre. *Agência Senado*, Brasília, DF, 23 dez. 2019. Disponível em: https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/12/23/projeto-que-regula-servicos-como-netflix-devera-ser-votado-no-primeiro-semestre. Acesso em: 8 mar. 2024.

WAYNE, M. Netflix audience data, streaming industry discourse, and the emerging realities of 'popular' television. *Media, Culture & Society*, *[s. l.]*, v. 44, n. 2, p. 193-209, 2022. Disponível em: https://doi.org/10.1177/01634437211022723. Acesso em: 27 jul. 2026.

WILLIAMS, R. *Culture.* London: Fontana, 1981.

ZANON, P. Série de Pedro Cardoso na HBO Max é cancelada após briga nos bastidores. *Notícias da TV*, 28 out. 2022. Disponível em: https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/series/serie-de-pedro-cardoso-na-hbo-max-e-cancelada-apos-briga-nos-bastidores-91696. Acesso em: 8 mar. 2024.

Daniel Rios

Doutor em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (PPGCOM-UFF). Atualmente, realiza pesquisa de pós-doutorado, também no PPGCOM-UFF, com bolsa PDR-10 financiada pela Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa (FAPERJ) – Processo SEI E-26/200.365/2025.

Endereço para correspondência

Universidade Federal Fluminense (UFF)

Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM)

Rua Professor Marcos Waldemar de Freitas Reis

Bloco J (Novo IACS), sala J02

Campus do Gragoatá, São Domingos, 24210-201

Niterói, RJ, Brasil

Como citar este artigo

Rios, D. Streaming de vídeo, dependência e mundo do trabalho: analisando relações de poder assimétricas entre Netflix e roteiristas no contexto brasileiro . Revista FAMECOS, e48733. https://doi.org/10.15448/1980-3729.2026.1.48733

Os textos deste artigo foram revisados pela Texto Certo Assessoria Linguística e submetidos para validação dos autores antes da publicação.