

Diversidade sob demanda: entre o Brasil e o *Brazil* dos Originais do *streaming* de vídeo

Melina Meimaridis¹
Daniela Mazur²
Daniel Rios³

Recebido: 28/11/2024
Aceito por pares: 28/02/2025

Submetido a pares: 30/01/2025
Aprovado: 03/03/2025


DOI: 10.5294/pacla.2025.28.2.4

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

Meimaridis, M., Mazur, D. e Rios, D. (2025). Diversidade sob demanda: entre o Brasil e o *Brazil* dos Originais do *streaming* de vídeo. *Palavra Clave*, 28(2), e2824. <https://doi.org/10.5294/pacla.2025.28.2.4>

Resumo

Considerando o histórico monopólio do Grupo Globo e suas telenovelas na construção da brasilidade, os serviços de *streaming* de vídeo por assinatura (SVODs, na sigla em inglês) surgem como novos agentes na mediação e construção da identidade cultural brasileira, tanto para audiências nacionais quanto internacionais. O estudo explora as tensões entre globalização e representação da identidade local, por meio da análise de produções Originais entre 2016 e 2023. O aumento das ficções seriadas brasileiras, especialmente aquelas encomendadas por serviços estrangeiros, levanta questões sobre a representação nacional e seu potencial para desafiar normas ou reforçar estereótipos. Analisando as séries *Cangaço Novo* e *How to be a Carioca*, este artigo discute o papel das empresas estadunidenses na mediação das realidades brasileiras e os desafios na criação desses Originais. A pes-

1  <https://orcid.org/0000-0003-3481-817X>. Universidade Federal Fluminense, Brasil. melinam@id.uff.br

2 <https://orcid.org/0000-0001-8869-9159>. Universidade Federal Fluminense, Brasil. danielamazur@id.uff.br

3 <https://orcid.org/0000-0002-0870-5625>. Universidade Federal Fluminense, Brasil. daniel_rios@id.uff.br

quisa conclui que, apesar do potencial disruptivo dos SVODs, a busca por uma audiência global pode comprometer a diversidade cultural, perpetuando estereótipos sob uma perspectiva externa e refletindo estruturas de poder historicamente consolidadas.

Palavras-chave

Ficção seriada brasileira; SVOD; TV Globo; brasilidade; fluxos audiovisuais transnacionais.

Diversidad bajo demanda: entre Brasil y el *Brazil* de los originales de *streaming* de video

Resumen

Considerando el histórico monopolio del Grupo Globo y sus telenovelas en la construcción de la brasilidad, los servicios de *streaming* de video por suscripción (SVOD, por sus siglas en inglés) surgen como nuevos agentes en la mediación y construcción de la identidad cultural brasileña, tanto para audiencias nacionales como internacionales. El estudio explora las tensiones entre globalización y la representación de la identidad local, a través del análisis de producciones originales entre 2016 y 2023. El aumento de las ficciones seriadas brasileñas, especialmente aquellas encargadas por servicios extranjeros, plantea interrogantes sobre la representación nacional y su potencial para desafiar normas o reforzar estereotipos. Al analizar las series *Cangaço Novo* y *How to be a Carioca*, el artículo discute el papel de las empresas estadounidenses en la mediación de las realidades brasileñas y los desafíos en la creación de estos originales. La investigación concluye que, a pesar del potencial disruptivo de los SVOD, la búsqueda de una audiencia global puede comprometer la diversidad cultural, perpetuando estereotipos desde una perspectiva externa y reflejando estructuras de poder históricamente consolidadas.

Palabras clave

Ficción seriada brasileña; SVOD; TV Globo; Identidad brasileña; Flujos audiovisuales transnacionales.

Diversity on Demand: Between Brazil and the Brazil of Streaming Video Originals

Abstract

Considering the historical monopoly of Grupo Globo and its *telenovelas* in shaping Brazilian identity, subscription-based video streaming services (SVOD) emerge as new agents in the mediation and construction of Brazilian cultural identity, for both national and international audiences. This study explores the tensions between globalization and the representation of local identity through an analysis of original productions from 2016 to 2023. The increase in Brazilian serialized fiction, particularly those commissioned by foreign services, raises questions about national representation and their potential to either challenge norms or reinforce stereotypes. Focusing on the series *Cangaço Novo* and *How to be a Carioca*, this article discusses the role of American companies in mediating Brazilian realities and the challenges in creating these originals. This research concludes that, despite the disruptive potential of SVOD, the search for a global audience can compromise cultural diversity, perpetuating stereotypes from an external perspective and reflecting historically consolidated power structures.

Keywords

Brazilian serialized fiction; SVOD; TV Globo; Brazilian identity; Transnational audiovisual flows.

Introdução

Nos últimos anos, os serviços de vídeo sob demanda por assinatura (SVODs, na sigla em inglês) ampliaram seu alcance global ao investir em estratégias de localização, como a produção de conteúdo original em diferentes indústrias culturais. Essas iniciativas têm gerado debates sobre as práticas de empresas estrangeiras, principalmente dos Estados Unidos, que criam narrativas culturalmente específicas e as disponibilizam para audiências globais (Jin, 2023). Tal dinâmica se apresenta com maior destaque em países do Mundo Majoritário⁴ (Rios et al., 2024). Este estudo propõe investigar em que medida os SVODs desafiam as normas de representação no Brasil, ao mesmo tempo que reforçam estereótipos nacionais.

Há décadas, o Brasil enfrenta o desafio de uma representação midiática unidimensional que não reflete a diversidade do país (La Pastina et al., 2014). Esse desequilíbrio é amplamente atribuído à influência dominante do Grupo Globo, especialmente por meio de suas telenovelas, que historicamente têm produzido uma visão limitada da sociedade brasileira (Hamburger, 1997; Lopes, 2003; Porto, 2011). Essa narrativa restrita continua influenciando a construção do imaginário de brasilidade consumido tanto local quanto internacionalmente.

Contudo, os SVODs no Brasil têm assumido um papel importante ao desafiar as narrativas tradicionais da televisão. Produções originais como *Sintonia* (Netflix, 2019-2025), *O Rei da TV* (Star+, 2022-) e *Dom* (Amazon Prime Video, 2021-2024) emergem como mediadoras na construção da identidade cultural brasileira para uma audiência global. No entanto, a maioria das empresas produtoras dessas obras ainda se concentra no eixo Rio-São Paulo, principal centro audiovisual do país (Rios et al., 2024). Além disso, muitas dessas produções, embora realizadas no Brasil, pertencem a empresas dos Estados Unidos e, ao serem distribuídas globalmente,

4 Na década de 1990, Shahidul Alam propôs uma nova forma de classificar o mundo, sugerindo os termos “Mundo Majoritário” e “Mundo Minoritário” como alternativa às divisões tradicionais como “Desenvolvido/Em Desenvolvimento” ou “Ocidente/Resto”. Tal proposta buscava evitar os preconceitos e simplificações dessas classificações tradicionais, oferecendo uma abordagem mais sensível à complexidade global. Segundo Alam, o chamado “Mundo Majoritário” corresponde aos países da África, da Ásia, da América Latina e do Oriente Médio, enquanto o “Mundo Minoritário” inclui as regiões da Europa, da América do Norte e da Australásia. Para mais detalhes, ver Alam (2008).

refletem suas perspectivas sobre o país. Assim, questionamos: até que ponto essas produções realmente promovem uma representação diversificada do Brasil, da brasilidade e de sua população?

O Brasil, conhecido por sua diversidade e riqueza cultural, é frequentemente descrito como uma sociedade de “contrastes” (Mello Franco, 1936), resultado de sua história colonial, formação social, fluxos migratórios e tensões identitárias. A identidade nacional, no contexto brasileiro, é uma questão política, marcada pela disputa de diferentes grupos por uma definição de brasilidade “autêntica” (Ortiz, 1994). Essa diversidade também se reflete em estereótipos que moldam a noção de brasilidade, entendida aqui como expressão da identidade nacional. Historicamente, a imagem do brasileiro tem variado entre representações como bárbaros, malandros e preguiçosos, e visões de pessoas exóticas, alegres e cordiais (Scheyerl e Siqueira, 2008). Este trabalho não busca definir brasilidade de forma exaustiva, mas examinar como essas percepções são reinventadas em conteúdos originais de SVOD, mediando e exportando significados sobre a nação.

Este artigo contribui ao debate sobre o impacto dos SVODs na diversidade de representação do Brasil ao destacar as complexidades da interação entre globalização e identidade cultural na mídia. Especificamente, examinamos as tensões que surgem da justaposição entre a criação de conteúdo local e os SVODs estrangeiros. Argumentamos que, embora esses serviços desafiem normas nacionais, eles também perpetuam estereótipos ao capitalizarem nas “peculiaridades culturais e nos gostos locais” (Jin, 2023, p. 461, tradução nossa). No caso brasileiro, apesar de ampliarem o acesso global às produções do país, os SVODs acabam reforçando uma visão que se alinha percepção de “um Brasil para gringo ver” (Greco et al., 2020, p. 165).

O monopólio e as faces da brasilidade na televisão

Desde a década de 1970, a representação do Brasil e da cultura brasileira em narrativas ficcionais tem sido predominantemente controlada pelo Grupo Globo e suas telenovelas. Essas produções têm exercido uma influência considerável na formação de percepções e identidades nacionais,

impactando profundamente a memória coletiva, o autorreconhecimento e as construções de brasilidade (Hamburger, 1997; La Pastina et al., 2014; Lopes, 2003; Porto, 2011). A hegemonia da Globo também se estende ao âmbito internacional, com o conglomerado exportando suas ficções mundialmente desde 1976 (Mattelart e Mattelart, 1990).

As telenovelas estabelecem um diálogo transversal com diversos segmentos da sociedade brasileira, ultrapassando barreiras de classe, gênero e etnia (Hamburger, 1997). Apesar das desigualdades sociais, elas podem funcionar como um ponto de convergência cultural. No entanto, nas produções da TV Globo, predominam representações das classes média e alta nos grandes centros urbanos, como Rio de Janeiro e São Paulo (Néia, 2024). La Pastina et al. (2014) apontam que a escassa presença de personagens de origens rurais, nordestinas ou afro-brasileiras faz com que muitos se sintam marginalizados pela narrativa nacional promovida pela TV. Como resumem: “eles se sentem brasileiros, mas também sentem que o ‘Brasil’ que veem na TV não os inclui” (p. 104, tradução nossa).

Outro aspecto a se considerar é que a escassez de personagens não brancos reforça o mito da democracia racial (Joyce, 2012), já contestado por estudiosos que apontam como essa visão ignora o racismo e as desigualdades raciais no Brasil. Baseada na ideia de uma suposta harmonia racial em uma nação miscigenada (Freyre, 1933), essa concepção se sustenta em premissas equivocadas. Além disso, a ênfase nas experiências urbanas das capitais do Sudeste (Barbalho, 2004) frequentemente desconsidera a diversidade geográfica e cultural do país. Esse foco limitado tende a obscurecer as singularidades, o folclore e as identidades de outras regiões, resultando em uma representação nacional estereotipada e incompleta.

Embora as telenovelas não retratem com exatidão a realidade brasileira, a “sociedade ideal” que apresentam é reconhecida e assimilada como representação da sociedade real (Hamburger, 1997, p. 484). Ao retratar a sociedade como mais homogênea e favorecida do que a brasileira real, essas produções reafirmam ideais baseados em concepções hegemônicas de progresso e visões colonialistas, ancoradas na emulação de modelos europeus

(Lunardi, 2022). Assim, naturalizam uma hierarquia cultural ao associar progresso à adoção de padrões ocidentais. Para Lopez (1995), “a telenovela pode ser entendida como um agente e participante dos complexos processos de modernização da América Latina” (p. 257, tradução nossa), evidenciando a posição de um país da periferia global que ainda vê no Ocidente o ideal de modernização.

Nos últimos 20 anos, a TV Globo passou a incorporar demandas por diversidade em suas telenovelas. Inicialmente, a inovação da emissora consistia em abordar temas contemporâneos como violência doméstica e abuso de substâncias, visando engajar um público mais jovem (Lopes, 2009) e conectar-se com a emergente “nova classe C”, beneficiada pelas políticas econômicas dos governos do Partido dos Trabalhadores (2003-2016) (Porto, 2023). A emissora também ampliou a representação da brasilidade ao incluir cenários como a favela, em *I Love Paraisópolis* (2015), e o sertão, em *Velho Chico* (2016), além de dar maior protagonismo às comunidades negras e à classe trabalhadora, como em *Duas Caras* (2007-2008) e *Cheias de Charme* (2012). Contudo, essa diversificação enfrenta críticas, com pesquisadores apontando a persistência de estereótipos e certo paternalismo (McGowan, 2024; Porto, 2023).

Em oposição às representações limitadas das telenovelas, nota-se que as séries e minisséries da TV Globo exploram temas tabus da sociedade e expandem sua abordagem geográfica para além do tradicional eixo Rio-São Paulo, como exemplificado por *Dois Irmãos* (TV Globo, 2017), uma minissérie situada em Manaus, na Região Norte do país. Ou seja, são em outros modelos de ficção seriada que temos tido maior diversidade de representação nacional na televisão, ainda que muito limitada. Contudo, devido ao seu horário de exibição, geralmente após as 22 horas — quando a maioria da classe trabalhadora está dormindo —, essas produções acabam tendo menos impacto na construção dos imaginários sobre a nação (Lunardi, 2022).

Apesar da duradoura popularidade das telenovelas brasileiras, a TV Globo tem enfrentado um declínio na audiência devido ao crescimento do *streaming*. Lunardi (2022) e McGowan (2024) destacam como canais

do YouTube criados por brasileiros têm proporcionado novas oportunidades de empoderamento e representação, especialmente para identidades de gênero e raciais. Em paralelo, Meimaridis (2023) observa o impacto disruptivo dos SVODs na indústria, o que tem levado o Grupo Globo a abraçar a inovação e a diversidade. Essa tendência reflete uma transformação cultural na mídia digital, desafiando o papel da emissora na construção das narrativas sociais, políticas e culturais do Brasil.

Metodologia

Este estudo adota duas abordagens metodológicas. Primeiramente, realizamos uma análise das bibliotecas de títulos brasileiros em sete serviços de *streaming* de vídeo: Amazon Prime Video, Star+⁵, Paramount+, HBO Max, Netflix, Globoplay e Disney+. Com exceção do Globoplay, um serviço doméstico, todas as demais são empresas estadunidenses. Escolhemos esses serviços por serem controlados por grandes conglomerados midiáticos que operam no Brasil e têm investido em conteúdo local. A análise foca exclusivamente na ficção televisiva seriada, abrangendo telenovelas, minisséries e séries lançadas entre 2016 e 2023. Conduzida em janeiro de 2024, a investigação abrange títulos brasileiros “Originais”, disponíveis nas bibliotecas brasileiras desses serviços. Usando as funções de busca desses serviços, investigamos como os processos de comissionamento influenciam a representação diversa e a produção de conteúdo. Embora reconheçamos a relevância de outras formas de diversidade, como gênero, raça e classe, nosso foco é a diversidade cultural em termos regionais.

Para exemplificar as complexidades que envolvem representação cultural e diversidade em SVODs, realizamos estudos de caso. Duas produções originais, *Cangaço Novo* (Amazon, 2023-) e *How to be a Carioca* (Star+, 2023), foram selecionadas como pontos focais, pois oferecem perspectivas contrastantes sobre a cultura brasileira. *Cangaço Novo*, com seu enfoque na Região Nordeste, dá visibilidade a narrativas e personagens muitas vezes negligenciados pela mídia hegemônica, ressaltando a resiliência, tradições e desafios das comunidades nordestinas. Em contraste, *How to be a Carioca*

5 O Star+ foi um SVOD da Disney na América Latina. Em julho de 2024, seu catálogo foi incorporado ao Disney+. Tendo em vista que esta pesquisa foi realizada antes dessa fusão, consideraremos Star+ e Disney+ como serviços distintos.

explora a essência cosmopolita do Rio de Janeiro, utilizando sua iconografia e elementos culturais para refletir sobre as complexidades da vida urbana e da identidade brasileira. Nossa investigação busca entender como cada série enquadra e retrata a brasilidade e as identidades culturais locais.

Os Originais dos SVODS no Brasil (2016-2023)

O período de 2016 a 2023 testemunhou um aumento na criação de conteúdo brasileiro pelos SVODs. Como observado na Tabela 1, 111 novas temporadas⁶ foram lançadas no período abordado, número que abarca o total de 80 títulos inéditos (Amazon Prime Video: 11; Disney+: 5; Globoplay: 27; HBO Max: 2; Netflix: 27; Paramount+: 2; Star+: 6). Ao dividir entre títulos inéditos e temporadas lançadas, buscamos identificar padrões relacionados à diversificação de histórias: novas séries ampliam as narrativas em circulação, enquanto novas temporadas indicam a continuidade do interesse no mercado brasileiro. Netflix e Globoplay são as que mais investem no Brasil, sendo também os serviços com mais tempo de operação no território. Mais importante, há uma virada em 2019, reflexo tanto de um aumento no número de temporadas lançadas por esses dois agentes quanto da entrada de novos *players*.

Tabela 1. Número de temporadas lançadas por ano

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | Total |
|--------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| Amazon Prime Video | - | - | - | - | - | 4 | 4 | 5 | 13 |
| Disney+ | - | - | 1 | 1 | - | - | 1 | 3 | 6 |
| Globoplay | - | 1 | 2 | 8 | 5 | 5 | 8 | 11 | 40 |
| HBO Max | - | - | - | - | - | - | 1 | 1 | 2 |
| Netflix | 1 | - | 3 | 9 | 7 | 2 | 11 | 8 | 41 |
| Paramount+ | - | - | - | - | - | - | 1 | 1 | 2 |
| Star+ | - | - | - | - | - | - | 1 | 6 | 7 |
| Total | 1 | 1 | 6 | 18 | 12 | 11 | 27 | 35 | 111 |

Fonte: elaboração própria.

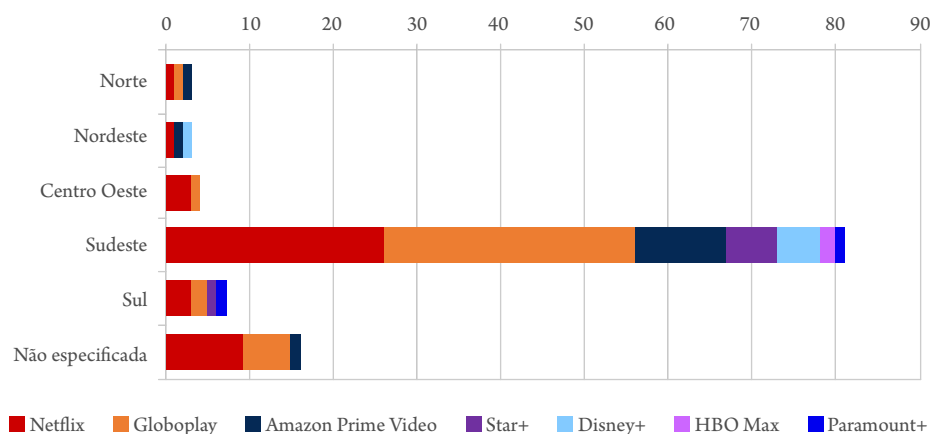
⁶ Consideramos telenovelas como uma única temporada.

Para além das obras encontradas, também percebemos aquelas que estavam ausentes: algumas não estão mais disponíveis em lugar nenhum. Tais casos são particularmente comuns na HBO Max e nos SVODs do grupo Disney. Títulos como *O Hóspede Americano* (HBO Max, 2021) e *Insânia* (Star+, 2021) foram promovidos como Originais brasileiros, mas saíram do alcance do público nacional depois de algum tempo na biblioteca dessas empresas. Esse padrão aprofunda discussões sobre a efemeridade das bibliotecas de SVODs (Kelly, 2020). A prática recorrente de produzir conteúdo brasileiro apenas para retirá-lo, sem permitir negociações sobre direitos de propriedade intelectual para modos alternativos de exibição, cria um espaço de incentivo vazio, onde há produção, mas perde-se o controle das obras brasileiras e de seu potencial de alcance. Tal situação nos atenta a um ponto crucial do problema gerado pela interferência de empresas estrangeiras na produção nacional: o conteúdo parece brasileiro, mas é de posse das empresas estrangeiras (Rios et al., 2024; Jin, 2023). Elas produzem, filmam e usam talentos do Brasil, mas os interesses e a propriedade intelectual dessas obras são estrangeiros.

Diante desses dados, podemos considerar alguns debates. Há uma tendência na encomenda de dramas, algo que se inicia já em 2016 e que perdura até hoje. Isso se contrasta com o campo de produção de séries brasileiras na TV paga, historicamente marcado por uma proeminência de comédias produzidas principalmente por emissoras do Grupo Globo e um número restrito de dramas veiculados majoritariamente em canais de conglomerados estadunidenses (Ikeda, 2022). No Brasil, o investimento de séries dramáticas perpassa tanto os SVODs estrangeiros quanto o nacional. Em particular, dramas policiais como *DNA do Crime* (Netflix, 2023-) e dramas biográficos como *O Rei da TV* são algumas tendências compartilhadas no segmento, algo também observado em outros países da América Latina (Serpe, 2022). Nesse contexto, destacamos esses serviços como espaços para a produção de gêneros como a ficção científica, o horror e a fantasia. Tais temáticas não são economicamente atraentes para canais da TV linear, encontrando no acesso sob demanda um terreno propício para a experimentação e fidelização de segmentos de audiência (Meimaridis, 2023).

Ao se examinar as configurações regionais predominantes nas séries analisadas, emergem padrões claros de concentração geográfica nas cinco regiões do Brasil, conforme ilustrado na Figura 1. O Sudeste se destaca com 81 produções, contrastando com números menores nas outras regiões. No Norte e Nordeste, foram encontradas apenas três séries em cada, distribuídas em diferentes serviços, enquanto no Centro-Oeste foram contabilizadas quatro, principalmente da Netflix. O Sul apresenta sete séries, com presença notável da Netflix e do Globoplay. Algumas séries, como *Cidade Invisível* (Netflix, 2021-2023), se passam em mais de uma região. Além disso, 16 narrativas não especificam a região, o que indica uma possível tendência à universalidade das histórias⁷. Esses dados evidenciam uma disparidade significativa na distribuição geográfica das produções de SVODs no Brasil, com predominância do Sudeste, o que limita a diversidade cultural em relação aos aspectos regionais. Embora a existência de produções brasileiras já represente uma forma de diversidade em âmbito global, quando observada localmente, essa concentração reforça continuamente o imaginário regional do Sudeste. Portanto, o aumento de produções por vários *players* não garante maior diversidade cultural na representação do Brasil.

Figura 1. Ambientações predominantes das séries por região



Fonte: elaboração própria.

7 Consideramos nessa categoria séries como 3% (Netflix, 2016-2020), cuja trama ocorre em locais fictícios e não há menção explícita ao Brasil, e *Boca a Boca* (Netflix, 2020), que se passa em uma cidade do interior brasileiro, mas que deliberadamente não especifica de qual região.

Se, nas telas, não há uma quebra substancial das regiões retratadas, no âmbito da produção, isso se torna ainda mais complexo. Após 2020, várias produções passaram a ser filmadas em países vizinhos. Séries como *Manhãs de Setembro* (Amazon Prime Video, 2021-2022) e *Sentença* (Amazon Prime Video, 2022) foram gravadas no Uruguai e editadas digitalmente para ficarem mais parecidas com São Paulo. A escolha de filmar fora do Brasil foi devido à pandemia da covid-19, quando o Uruguai possuía melhores condições sanitárias e incentivos públicos para filmagens (Demerov e Carvalho, 2021). Essa estratégia se assemelha à tática já vista na televisão aberta, em que grandes centros de filmagens ou cidades cenográficas situados no Sudeste servem de locação para as narrativas que se passam em outras regiões brasileiras. Contudo, aqui o deslocamento rompe também noções de nação, além de gerar empregos e renda em outro país, enquanto a história da série emula uma locação brasileira.

A partir dos dados apresentados, deparamo-nos com as estratégias dos SVODs estrangeiros na sua produção de conteúdo local, no caso, brasileiro. Aqui, aprofundamos o modelo de categorização proposto por Rios et al. (2024) para examinar as lógicas de localização do conteúdo a favor da distribuição global nas narrativas das produções originais brasileiras. Elas compreendem as seguintes chaves de leitura: *Exotismo cultural específico*, *Estereótipo internacional* e *Neutralização universalista*. Essas chaves são percebidas não só nas narrativas e suas escolhas de enredo, mas também nas imagens apresentadas e até mesmo nos formatos escolhidos para desenvolver tais narrativas.

A primeira, o *Exotismo cultural específico*, é o uso de questões culturais e de localização específicas ao Brasil e suas regiões, a fim de alcançar um público interessado em consumir produções brasileiras, mas através das lentes do exotismo sobre o país. Considerando que o Brasil é um país do Mundo Majoritário e latino-americano, desperta concepções exotistas pelo olhar estrangeiro, que enxerga, na pluralidade cultural brasileira, um banco de alegorias e identidades específicas que podem preencher certos repertórios cosmopolitas. Por si só, o fator do exotismo cultural específico provoca curiosidade e até mesmo senso de misticismo no ato de “desbravar” o

“desconhecido” por meio dessas narrativas. As apostas dessas séries estão na interiorização, no esoterismo, nas lendas e nos folclores, nos estilos de vida e nos comportamentos de comunidades e grupos sociais específicos. Exemplificam a categoria as séries *Cidade Invisível* e *Cangaço Novo*.

A segunda, o *Estereótipo internacional*, é o reforço de elementos conhecidos internacionalmente sobre o Brasil, como bossa nova ou futebol, e os estereótipos preconceituosos, como pobreza, violência e corrupção, que são largamente atribuídos não só ao Brasil, mas também a grande parte dos países do Mundo Majoritário. Aqui, equilibram-se tanto imagens positivas quanto negativas do Brasil, mas todas são estereótipos que exotizam, essencializam e reduzem o país e sua cultura a alguns símbolos e/ou preconceitos. Perspectivas exportadas de *nation branding* também alimentam essa chave de leitura, assim como a repercussão estrangeira (tendenciosa ou não) de notícias sobre o Brasil. Para exemplificar a categoria, cabem aqui *O Mecanismo* (Netflix, 2018-2019) e *How to be a Carioca*.

E a última, a *Neutralização universalista*, é o processo de universalizar a estrutura da narrativa a partir de modelos ocidentais (especialmente estadunidenses) de reconhecimento, para que seja capaz de ser mais facilmente lida por diferentes culturas. Usa-se uma base “neutra” de roteiro que, por um acaso se passa no Brasil, mas poderia ser em qualquer outro lugar. A ideia aqui é se utilizar de perspectivas consideradas “universais” de narrativa e de formato para descaracterizar a obra em suas questões culturais e nacionais mais claras e deixar apenas um leve “sabor” brasileiro. Para além dos rostos dos atores e do idioma falado na produção, poucos elementos identificam que a obra é brasileira. Como exemplos aqui, há *A Sogra que te pariu* (Netflix, 2022-) e *5x comédia* (Amazon Prime Video, 2021).

Cada serviço se utiliza dessas chaves de leitura a favor dos seus interesses, focando em perspectivas e abordagens que dialoguem com o público brasileiro e ao mesmo tempo com as diferentes audiências internacionais. Todavia, existem desafios associados à representação da identidade brasileira. Para investigar mais a fundo essa questão, analisamos duas produções originais dos SVODs.

Desafios na projeção da brasilidade na ficção seriada sob demanda

O Brasil possui uma história multifacetada, marcada por processos coloniais e imperialistas, além de imigração e miscigenação cultural. Representar essa diversidade em obras ficcionais é um desafio considerável, que se divide em duas frentes: técnica e textual. A primeira se refere à falta de infraestrutura fora do eixo Rio-São Paulo, onde estão concentrados estúdios, equipamentos e empresas. A mão de obra qualificada, distribuída pelo país, enfrenta mais dificuldades e menos oportunidades nessas condições. A segunda se relaciona aos estereótipos e aos exotismos ao tratar da realidade brasileira, um desafio maior nas produções para *players* estrangeiros, cujo objetivo é atingir tanto o público local quanto o internacional, tornando a linha entre essas armadilhas ainda mais tênue em obras transnacionais.

Embora os SVODs estrangeiros contribuam para a representação ficcional do Brasil, isso não garante uma imagem abrangente de sua diversidade cultural. Esses serviços buscam destacar temas negligenciados pela TV linear brasileira, algo comum também fora do Brasil. Khoo (2023) observa que “onde a televisão tradicional é mais conservadora em sua programação para atender às demandas dos anunciantes, os serviços baseados em assinatura, como a Netflix, estão prosperando ao oferecer diversidade, ou pelo menos a aparência de diversidade, a seu público” (p. 282, tradução nossa). A autora ressalta que, embora a diversidade de narrativas reflita certa pluralidade, ela encontra um obstáculo: os SVODs priorizam o alcance global, o que exige histórias com apelo transnacional. Assim, a representação da diversidade brasileira pode ser ofuscada em favor de narrativas locais com maior potencial internacional. Em outras palavras, as prioridades dos SVODs diferem do ideal de refletir a diversidade brasileira na ficção audiovisual. Empresas globais como Disney e Netflix buscam promover uma imagem de diversidade, mas ela é superficial, pois sua abordagem é fortemente influenciada por uma perspectiva universalista ocidental.

***Cangaço Novo* e diversidade no sertão brasileiro**

Cangaço Novo exemplifica a capacidade dos Originais dos SVODs de superar obstáculos técnicos. O drama de ação encomendado pela Amazon Prime

Video foi lançado em agosto de 2023 e é composto por oito episódios com cerca de 50 minutos. A trama acompanha Ubaldo (Allan Souza Lima), um bancário e ex-militar de São Paulo, em sua jornada para angariar recursos para o tratamento médico de seu pai adotivo, confrontando sua identidade ao descobrir uma herança deixada por seu pai biológico, um cangaceiro. Após se tornar refém em um assalto a banco, Ubaldo negocia sua liberdade prometendo realizar um roubo ainda maior, integrando-se ao bando e à comunidade de Cratará, situada no interior do Ceará, Nordeste brasileiro.

A figura do cangaceiro é uma parte significativa da cultura nacional, influenciando tanto expressões populares quanto movimentos artísticos. É no sertão nordestino — caracterizado pela seca, pela fome e pela concentração de poder nas mãos de oligarquias familiares —, que emergem os cangaceiros, um grupo de indivíduos à margem da lei que subsiste por meio de práticas de banditismo. O cangaço é um fenômeno que surgiu na segunda metade do século 19 e perdurou até meados da década de 1940. Os cangaceiros eram motivados por objetivos individuais (Pericás, 2011), sendo interpretados ora como criminosos, ora como defensores da comunidade desfavorecida. *Cangaço Novo*, embora ficcional, tem suas raízes na história de Valdetário Carneiro, acusado de liderar o “novo cangaço” e realizar numerosos assaltos a bancos entre 1990 e 2000 (Guedes, 2023, § 3).

As representações da mídia hegemônica sobre o Nordeste frequentemente são limitadas (La Pastina et al., 2014). Produções ambientadas no sertão tendem a reforçar estereótipos da região, como vegetação, relevo, religiosidade e sotaques, porém de forma caricata, simplificada e romantizada (Gomes e Santana, 2013), como visto em *Mar do Sertão* (TV Globo, 2022-2023). Em contraste, *Segundo Sol* (TV Globo, 2018), ambientada em Salvador, Bahia, apresentou um fenômeno preocupante de *whitewashing*. Ao escalar predominantemente artistas brancos do Rio de Janeiro, a produção reforçou a sub-representação racial e descaracterizou Salvador. A iconografia do cangaço também é frequentemente explorada de forma fantasiosa, como em *Cordel Encantado* (TV Globo, 2011).

Já *Cangaço Novo* dialoga com a estética do cinema nordestino, mesclando elementos do cangaço com o gênero *western*. Filmada na Paraíba,

estado nordestino, a série reproduz uma atmosfera desolada e um clima árido que intensificam a desesperança dos personagens. A exposição do abandono institucional e a representação gráfica da violência na série destacam a desventura humana e a crueldade do contexto do cangaço. Já a corrupção sistêmica é exemplificada de forma contundente no esquema liderado pelo prefeito local, que desvaloriza imóveis e furta recursos hídricos da cidade, agravando a seca. Esse esquema mergulha as pessoas em dívidas, levando à perda de suas terras, que o prefeito então adquire a preços reduzidos por meio de funcionários públicos corruptos. Esse tema destaca a influência da riqueza como motor das interações sociais e políticas, delineando uma estrutura de poder arraigada na exploração e na manipulação dos recursos disponíveis. A corrupção sistêmica na série simboliza a desigualdade estrutural, evidenciando como a supremacia do poder econômico sobrepuja a busca pela justiça e pela preservação da dignidade humana.

A realização de *Cangaço Novo* enfrentou vários obstáculos. O primeiro foi encontrar um investidor disposto a financiar, desenvolver e distribuir a série, um processo que levou uma década. A inclusão da série na programação da TV aberta era considerada improvável devido ao conteúdo de crime, nudez e violência explícita (Villaça, 2023), o que implicava uma classificação etária elevada e restrições de horário de exibição conforme a legislação. Por sua vez, no âmbito das emissoras de TV paga, apesar do aumento na produção de séries após a década de 2010 (Ikeda, 2022), são ainda poucos os canais que as produzem.

Alternativamente, a produção audiovisual no Nordeste também enfrenta obstáculos relacionados à infraestrutura inadequada para projetos de grande porte. *Cangaço Novo* foi filmado ao longo de oito meses na Paraíba, e seu diretor, Aly Muritiba, compartilhou os desafios enfrentados pela equipe, ressaltando a necessidade de significativas modificações na infraestrutura dos locais de filmagem. Muritiba enfatizou que “os desafios eram tão grandes que há hotéis na região que foram reformados por nós. A gente também teve que fazer uma obra de infraestrutura em uma estrada, instalamos mais de 20 postes para filmar uma sequência” (citado em Duarte e Apolinário, 2023, §16). Esses desafios realçam as complexidades técnicas inerentes à diversificação da produção audiovisual brasileira.

A ascensão de séries brasileiras encomendadas por SVODs representa uma importante alternativa para o mercado nacional. Em *Cangaço Novo*, essa oportunidade se destaca pela sua abordagem distinta em relação aos temas predominantes na mídia convencional, assim como pela sua perspectiva original sobre o sertão, que foge tanto do romantismo quanto da representação estereotipada de dor e pobreza, valorizando seu papel como centro de resistência e resiliência cultural. Esse impacto vai além das fronteiras brasileiras, influenciando também as percepções globais sobre o Brasil distribuídas pelos SVODs. A diversidade presente na série é evidenciada tanto na narrativa quanto na produção, com um elenco majoritariamente composto por atores e atrizes nordestinos (Duarte e Apolinário, 2023), cuja presença não só visual, mas também sonora, enriquece a representação da diversidade racial da região.

Ao analisarmos *Cangaço Novo*, evidenciamos que os Originais brasileiros dos SVODs têm o potencial de subverter lógicas dominantes e oferecer uma representação mais matizada da brasilidade, potencialmente diversificando as perspectivas globais sobre o Brasil e sobre a brasilidade por meio de histórias que revelam um país ainda muito invisibilizado na ficção televisiva. No entanto, existem armadilhas nesse processo, principalmente quando empresas estrangeiras tentam retratar identidades nacionais e culturais diversas.

How to be a Carioca e as armadilhas do estereótipo

A cidade do Rio de Janeiro assume um papel de destaque na série *How to be a Carioca*, obra do Star+. Baseada no livro de Priscilla Ann Goslin (2007), a série tem seis episódios de cerca de 40 minutos que apresentam a mentalidade carioca e as peculiaridades culturais dos moradores do Rio. A narrativa acompanha estrangeiros vindos de Argentina, Alemanha, Síria, Israel e Angola em sua adaptação à vivacidade carioca. Em meio aos choques culturais, Francisco (Seu Jorge) guia os estrangeiros pelos desafios do Rio. Cada episódio aborda temáticas como luto, traumas e preconceitos, revelando os contrastes entre o caos e o paraíso que caracterizam a cidade. A série destaca a diversidade cultural, explorando o sincretismo religioso (episódio 1), o desconforto cultural (episódios 2, 3 e 5) e diversos tipos de preconceito

na sociedade carioca (episódios 4 e 5), principalmente em relação à classe social e à raça.

A série destaca o espírito do *joie de vivre* carioca, enfatizando a hospitalidade, a adaptabilidade e a criatividade características. O estereótipo do carioca malandro, que recorre ao “jeitinho” para resolver problemas, é central. Para DaMatta (1979), o “jeitinho brasileiro” é um método de navegação social, que envolve estratégias para superar a burocracia pública. Barbosa (2005), por sua vez, define-o como uma “forma ‘especial’ de se resolver algum problema ou situação difícil ou proibida; ou uma solução criativa para alguma emergência, seja sob a forma de burla a alguma regra ou norma preestabelecida, seja sob a forma de conciliação, esperteza ou habilidade” (p. 41), podendo, então, abarcar tanto ações legais quanto ilegais. Em *Cangaço Novo*, o “jeitinho brasileiro” muitas vezes envolve ilegalidade, como suborno ou fraude, enquanto em *How to be a Carioca*, está mais ligado à improvisação e à informalidade. Na série, Renata (Raquel Villar) improvisa uma solução para o calor ao providenciar uma bacia com gelo e ventilador para o maestro alemão (Peter Ketnath) (episódio 2).

A série retrata o Rio de Janeiro com uma lente romantizada, mostrando uma atmosfera positiva e frequentemente concluindo com finais felizes. Todavia, essas representações simplificam as complexidades mais amplas da realidade brasileira. Ao visar a um apelo transnacional, a trama recorrentemente enfatiza elementos que perpetuam estereótipos existentes sobre o Rio, como suas praias pitorescas, o clima ensolarado e a representação dos cariocas como indivíduos sociáveis e despreocupados. Essa percepção idealizada da praia, como um refúgio de lazer e espaço inclusivo, tem sido cuidadosamente elaborada desde a década de 1920 por moradores abastados da zona sul da cidade em colaboração com o mercado imobiliário (O’Donnel, 2013). No entanto, a série também desafia essa percepção ao retratar discriminação racial contra um refugiado sírio que vende quibes na praia (episódio 3), questionando a suposta inclusividade desse entorno.

A série apresenta a diversidade da cidade além do escopo habitual das telenovelas, explorando não apenas locais icônicos como o Cristo Redentor e a praia de Ipanema, mas também adentra lugares menos ficcionaliza-

dos, como o morro do Vidigal, a favela da Maré e a Feira de São Cristóvão. Sua representação matizada das favelas evita estereótipos simplistas de pobreza e violência, apresentando essas comunidades como centros culturais vibrantes, destacando a solidariedade e resiliência de seus moradores (episódios 5 e 6). Essa representação contrasta com a maneira como as favelas são retratadas no cinema brasileiro, especialmente em filmes como *Cidade de Deus* (2002) e *Tropa de Elite* (2007), que frequentemente reforçam estereótipos negativos de favelas carentes de infraestrutura e habitadas por indivíduos marginalizados envolvidos em atividades criminosas. Tais representações moldaram significativamente as percepções locais e globais sobre as favelas do Rio (Martins, 2023). Em *How to be a Carioca*, a favela pode até ser plural, todavia continua sendo vista como perigosa (é lá que ocorre a única cena de violência urbana da série).

Naturalmente, um produto midiático ficcional não é capaz de representar (ou resolver) toda uma complexa teia de tensões e desigualdades reais que assolam a cidade. O episódio 5 de *How to be a Carioca* ilustra como esses serviços podem sucumbir a armadilhas representacionais, especialmente ao lidar com questões raciais. Nele, uma família negra de classe alta se muda de Angola para a zona nobre do Rio. A mãe, Karima (Heloisa Jorge), poetisa, incomoda-se ao notar que seu filho é um dos poucos jovens negros na escola e questiona a ausência de autores negros na biblioteca. Durante uma conversa com Francisco, ela é lembrada do patrimônio artístico do Rio enraizado na cultura negra. Inspirada, ela sugere levar os alunos a um evento artístico na Maré. Porém, a ideia é rejeitada pelos pais, que percebem a favela como perigosa e têm uma perspectiva cultural limitada, restringindo a arte às tradições europeias. Em resposta, ela organiza o evento na escola.

A solução proposta na série espelha as telenovelas, frequentemente optando por uma abordagem educativa para abordar o racismo e outras questões sociais (Joyce, 2012). A série reforça um ideal falacioso de que o Brasil tem potencial de ser a nação da democracia racial. O racismo não é negado, mas a forma como ele é “sanado” na história apresenta essa perspectiva ilusória que é associada ao Brasil em razão do seu histórico de imigração e miscigenação, mas que esquece que a nação latino-americana foi

estruturada em torno do colonialismo e imperialismo europeus. O Brasil, na realidade, é formado pelo ideal de hierarquia racial injetado pelos paradigmas coloniais europeus e reforçado pelo racismo na sociedade atual.

Assim, a série nos apresenta uma janela do Brasil, cosmopolita e aberta ao mundo, em que os problemas são facilmente resolvidos por uma cartilha da malandragem, do “jeitinho”, ou pela cooperação realizada por interferências estrangeiras. A série introduz a ideia de estilo de vida carioca com um certo misticismo, uma exotividade tradicionalmente agregada pelos estrangeiros aos países do Mundo Majoritário. Essa imagem do país “reflete uma visão simpática que apenas perpetua um sistema de dominação, através do qual os latino-americanos continuam sendo retratados como produtos exóticos, enquanto os europeus permanecem como os detentores de saberes” (Scheyerl e Siqueira, 2008, p. 377). Reverbera-se, então, a noção de que existe certa “magia” no caos, na pobreza ou na falta de infraestrutura desses países, a fim de glamourizar e até mesmo amenizar um cenário social de improvisos graças aos inerentes e constantes efeitos do histórico imperialista europeu nessas sociedades. *How to be a Carioca* é uma representação lúdica que se alinha à visão estrangeira do Brasil não apenas como um país hospitaleiro e inclusivo, mas também subserviente ao Ocidente.

Considerações finais

A diversidade promovida pelos SVODs difere da mídia massiva linear, devido às capacidades tecnológicas e às estruturas econômicas subjacentes (Lotz, 2022). No Brasil, isso é agravado pela contínua relevância da TV aberta na produção e distribuição de ficção seriada nacional. A transição da telenovela para o formato de série já indica uma abertura à diversidade no mercado brasileiro. Uma mudança industrial que, por si só, abre um leque de possibilidades à pluralidade. No entanto, os SVODs que financiam produções locais precisam equilibrar a representação autêntica da brasilidade sem recorrer a estereótipos, enquanto lidam com desafios técnicos e textuais específicos do país. Isso apresenta um desafio complexo, já que os SVODs frequentemente priorizam o alcance do público em detrimento da diversidade cultural, utilizando “sua marca de diversidade para criar um apelo transnacional” (Asmar et al., 2023, p. 25, tradução nossa). Conforme ob-

servado por Hall (1997), a perpetuação de estereótipos reflete estruturas de poder históricas, especialmente em regiões marcadas por distribuições desiguais de poder, resultando em hierarquias discursivas prejudiciais que impactam desproporcionalmente o Mundo Majoritário.

O artigo contribui para o debate sobre a interação entre dinâmicas globais e locais no mercado SVOD brasileiro. As séries *Cangaço Novo* e *How to be a Carioca* personificam conceitos de identidade territorial brasileira. Enquanto a primeira se concentra no sertão nordestino representado por Cratará, a segunda destaca as nuances do Rio de Janeiro. Mesmo sendo séries “diversas”, é necessário que dialoguem com os repertórios culturais estabelecidos, alinhando-se aos padrões de localização das produções originais de SVODs estrangeiros.

Enquanto *Cangaço Novo* exemplifica o *Exotismo cultural específico*, *How to be a Carioca* representa o *Estereótipo internacional*. Essas duas chaves de leitura — assim como a *Neutralização universalizante* — podem ser atribuídas em diferentes níveis e com objetivos distintos conforme a obra. O *Exotismo cultural específico* se utiliza das características locais a fim de aproveitar seu caráter “exótico” para criar um senso de autenticidade e unicidade para a cultura local ficcionalizada, aderindo às especificidades como base de atração e curiosidade. Já o *Estereótipo internacional* reforça a cartilha estrangeira quanto ao entendimento de que uma nação é uma marca nacional desenvolvida em cima de grandes alegorias que representam o país pelo mundo. O primeiro expande o universo ficcional de construção de entendimento nacional por meio das especificidades, mas as exotiza em favor desse processo, ao passo que o segundo reduz o domínio nacional enquanto imaginário.

Essas categorias não são excludentes; uma produção pode incorporar mais de uma delas em sua dinâmica de localização para promover a transnacionalização da obra. *Cangaço Novo* é predominantemente caracterizado pelo *Exotismo cultural específico* ao explorar características menos conhecidas do Brasil, além de incorporar elementos de violência e corrupção, em certa medida, como parte da experiência brasileira, acionando o estereótipo internacional. Similarmente, *How to be a Carioca* exemplifica o *Estereótipo internacional*, mas também contempla elementos de *Exotismo cultural*

específico ao abordar o sincretismo entre as religiões de matrizes africanas e o cristianismo no Brasil. O uso dessas chaves de leitura, que são consideradas como ferramentas industriais relevantes para o uso das empresas de mídia na promoção da transnacionalização de seus produtos (Rios et al., 2024), não se restringe apenas ao contexto abordado aqui, mas elas também podem e devem ser aplicadas a outras indústrias culturais em trabalhos futuros.

A indústria audiovisual sul-coreana, por exemplo, também enfrenta desafios semelhantes com a entrada de SVODs estrangeiros no país (Mazur, 2023). Os dramas sul-coreanos desenvolvidos com exclusividade para SVODs estrangeiros dialogam com essas chaves de leitura. Produções como *Squid Game* (Netflix, 2021-), apresentam características de *Exotismo cultural específico* e *Neutralização universalizante*. Para os SVODs, o uso dessas chaves se torna parte intrínseca dos processos de desenvolvimento de Originais localizados, especialmente no caso de indústrias midiáticas de países do Mundo Majoritário. Essas que, por sua vez, são as mais afetadas pelas práticas exploratórias e imperialistas de empresas ocidentais, que incluem conteúdos estereotipados, orientalistas e contratos que se apropriam de propriedades intelectuais locais (Mazur, 2023).

Aqui, exploramos o panorama dos SVODs no Brasil, com foco específico nos Originais locais de serviços estrangeiros e na questão crucial da representação da brasilidade. Nossa análise suscita reflexões mais amplas com implicações para os mercados globais. Há ainda uma riqueza de material a ser examinada quanto ao papel das empresas estadunidenses em mediar ou até mesmo falar em nome de países do Mundo Majoritário no âmbito da ficção audiovisual. Reconhecemos as possibilidades dos SVODs em enriquecer a diversidade de conteúdo e ampliar o alcance internacional das obras, mas é igualmente crucial considerar as forças externas que podem influenciar a representação do Brasil. Como lembra um clássico samba-enredo de uma escola de samba carioca: “Brasil com Z jamais!”

Financiamento

Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ), processo SEI 260003/014840/2021, “As instituições

sociais ficcionais: uma abordagem transnacional televisiva”; processo SEI E-26/200.365/2025, “Vídeo sob demanda e precarização do trabalho: desdobramentos no campo de produção de séries brasileiras”; processo SEI E-26/200.493/2025, “Soberania midiática para além do Ocidente: desafios e oportunidades no Sul global”.

Declaração de interesse concorrente

Os autores declaram que não há conflitos de interesse financeiros ou pessoais que possam influenciar os resultados ou a interpretação deste trabalho.

Declaração de disponibilidade de dados

Os dados utilizados poderão ser fornecidos mediante solicitação por e-mail aos autores.

Referências

- Alam, S. (2008). Majority world: Challenging the West’s rhetoric of democracy. *Amerasia Journal*, 34(1), 88-98. <https://doi.org/10.17953/amer.34.1.l3176027k4q614v5>
- Asmar, A., Raats, T. e Van Audenhove, L. (2023). Streaming difference (s): Netflix and the branding of diversity. *Critical Studies in Television*, 18(1), 24-40. <https://doi.org/10.1177/17496020221129516>
- Barbalho, A. (2004). Estado, mídia e identidade: Políticas de cultural no Nordeste contemporâneo. *Alceu*, 4(8): 156-167.
- DaMatta, R. (1979). *Carnavais, Malandros e Heróis: Para uma Sociologia do Dilema Brasileiro*. Zahar.
- Demerov, C. e Carvalho, P. (9 julho, 2021). “Sampa hermana”: Montevideu vira São Paulo em novas séries. *Veja São Paulo*. <https://vejasp.abril.com.br/cultura-lazer/sampa-hermana/>

- Duarte, N. e Apolinário, D. (13 setembro, 2023). 8 curiosidades sobre Cangaço Novo que vão deixar a série ainda mais legal. *Tech tudo*. <https://www.techtudo.com.br/listas/2023/09/8-curiosidades-sobre-cangaco-novo-que-va-deixar-a-serie-ainda-mais-legal-streaming.ghml>
- Freyre, G. (1933). *Casa Grande e Senzala: Formação da Família Brasileira sob o Regime Patriarcal*. Global Editora
- Gomes, A. R. e Santana, J. S. (2013). Retratos do sertão: as representações do sertão nas telenovelas e suas implicações educacionais. *Temas em Educação*, 22(1), 130-145.
- Greco, C., Souza, G. e Pereira, S. L. (2020). Consumo midiático, localismos e cosmopolitismos: a série brasileira Coisa mais linda. *Lumina*, 14(1), 156-173. <https://doi.org/10.34019/1981-4070.2020.v14.26243>
- Hall, S. (1997). The spectacle of the other. Em S. Hall (Ed.), *Representation: Cultural representations and signifying practices* (pp. 223-290). Sage Publications.
- Hamburger, E. (1997). Diluindo fronteiras: A televisão e as novelas no cotidiano. Em L. M. Schwarcz (Ed.), *História da vida privada no Brasil* (v. 4; pp. 440-487). Companhia das Letras.
- Ikeda, F. (2022). *Séries brasileiras na TV paga e nas plataformas streaming: gêneros, formatos e temas em um circuito em transformação* (Tese de doutorado, Universidade de São Paulo).
- Jin, D. Y. (2023). Netflix's effects on the Korean Wave: Power relations between local cultural industries and global OTT platforms. *Asian Journal of Communication*, 1-18. <https://doi.org/10.1080/01292986.2023.2232368>
- Joyce, S. N. (2012). *Brazilian telenovelas and the myth of racial democracy*. Lexington Books. <https://doi.org/10.5771/9780739169650>

- Khoo, O. (2023). Picturing diversity: Netflix's inclusion strategy and the Netflix Recommender Algorithm (NRA). *Television & New Media*, 24(3), 281-297. <https://doi.org/10.1177/15274764221102864>
- La Pastina, A. C., Straubhaar, J. e Sifuentes, L. (2014). Why do I feel I don't belong to the Brazil on TV?. *Popular Communication* 12(2), 104-116. <https://doi.org/10.1080/15405702.2014.893582>
- Lopes, M. I. V. (2003). Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. *Comunicação & Educação*, (26), 17-34. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v0i26p17-34>
- Lopes, M. I. V. (2009). Telenovela como recurso comunicativo. *MATRI-Zes*, 3(1), 21-47. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v3i1p21-47>
- Lopez, A. M. (2002). Our welcomed guests: Telenovelas in Latin America. Em R. Allen (Ed.), *To be continued...: Soap operas around the world* (pp. 256-275). Routledge.
- Lotz, A. D. (2022). *Netflix and streaming video: The business of subscriber-funded video on demand*. Polity.
- Lunardi, G. M. (2022). *The 'Brazilian-ness' of Brazilian YouTube: New Voices, New Platforms, New Television?* (Tese de doutorado, Queensland University of Technology).
- Martins R. (2023). *Favela-Fetich: Representação da favela na literatura e no cinema Brasileiros* (Tese de doutorado, Indiana University).
- Mattelart, M. e A. Mattelart (1990). *The Carnival of Images: Brazilian Television Fiction*. Bergin and Garvey.
- Mazur, D. (2023). *A Coreia do Sul e a Hallyu: uma globalização alternativa no mundo multipolar* (Tese de doutorado, Universidade Federal Fluminense). <https://app.uff.br/riuff/handle/1/32689>

- McGowan, R. C. (2024). Whose Place of Speech? Brazil's Afro-and Queer-Centric YouTube Channels and the Decentralization of TV Globo's Telenovela Discourse. *Social Sciences*, 13(1), 1-14. <https://doi.org/10.3390/socsci13010039>
- Meimaridis, M. (2023). Revendo a hegemonia da tv brasileira: o streaming de vídeo como força disruptiva na indústria televisiva nacional. *Revista GEMInIS*, 14(2), 4-29. <https://doi.org/10.53450/2179-1465.RG.2023v14i2p04-29>
- Mello Franco, A. A. de. (1936). *Conceito de civilização brasileira* (Biblioteca Pedagógica Brasileira, 5ª série: Brasiliana, vol. 70). Companhia Editora Nacional.
- Néia, L. (2023). *Como a ficção televisiva moldou um país: uma história cultura da telenovela brasileira (1963 a 2020)*. Estação das Letras e Cores.
- O'Donnell, J. (2013). *A invenção de Copacabana: culturas urbanas e estilos de vida no Rio de Janeiro (1890-1940)*. Editora Schwarcz-Companhia das Letras.
- Ortiz, R. (1994). *Identidade nacional e cultura brasileira*. Brasiliense.
- Porto, M. (2023). *Mirrors of whiteness: Media, middle-class resentment, and the rise of the Far Right in Brazil*. University of Pittsburgh Press. <https://doi.org/10.2307/jj.8500737>
- Rios, D., Meimaridis, M. e Mazur, D. (2024). À sombra da dominância: produção audiovisual nacional à moda Netflix. *Intexto*, (56), 1-23. <https://doi.org/10.19132/1807-8583.56.138185>
- Scheyerl, D. e Siqueira, S. (2008). O Brasil pelo olhar do outro: representações de estrangeiros sobre os brasileiros de hoje. *Trabalhos em Linguística Aplicada*, 47, 375-391. <https://doi.org/10.1590/S0103-18132008000200007>

Serpe, J. (2023). Argentina on Demand: Streaming Crisis, Gangsters, and Athletes. Em A. D. Lotz e R. Lobato (Eds.), *Streaming Video: Storytelling Across Borders* (pp. 107-126). NYU Press. <https://doi.org/10.18574/nyu/9781479816880.003.0009>