
Liberdade e controle na Netflix: entre o discurso corporativo e a experiência de uso¹

Marcos José Vieira CURVELLO²
Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

RESUMO

O presente artigo pensa a dicotomia entre liberdade e controle presentes nas discussões acadêmicas acerca da internet e seus ambientes digitais para discutir a tensão entre essas ideias no cruzamento do discurso corporativo da Netflix e com a experiência de uso propiciada por seu serviço de *streaming*. Enquanto vocaliza liberdade de escolha e flexibilidade de acesso ao conteúdo, a empresa promove um modelo de negócio baseado em algoritmos que cria uma experiência altamente personalizada de um lado, enquanto limita a diversidade de experiências audiovisuais disponíveis do outro, moldando as preferências do usuário e reforçando bolhas de filtragem.

PALAVRAS-CHAVE: sistemas de recomendação; algoritmos; cibercultura; estudos de internet; *video on demand*.

INTRODUÇÃO

A convergência, nos anos 1970, do imaginário criado em torno da tecnologia computacional em direção a um ideal de autonomia individual gestado nos movimentos contraculturais estadunidenses da década anterior fez o computador passar de símbolo da vigilância governamental e corporativa a uma potencial ferramenta para empoderamento pessoal (Van Dijck, 2013). Essa viragem vai contribuir para a ascensão do que Fred Turner (2006) vai chamar de uma “utopia digital”, caracterizada pela crença de que a internet pode promover uma sociedade mais democrática, igualitária e conectada.

No entanto, a dicotomia controle e liberdade permanecerá, nos anos seguintes, uma presença constante nas discussões sobre fenômenos que ocupam, inicialmente, os estudiosos da cibercultura e que, mais tarde, vão compor as preocupações de um campo interdisciplinar que passa a ser conhecido conjuntamente como estudos de internet. E isso se torna especialmente verdadeiro entre as décadas de 2010 e 2020, quando práticas comerciais das *big techs* em um contexto de capitalismo plataformizado e algorítmico,

1 Trabalho apresentado no GP Ficção Televisiva Seriada, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2 Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM/UERJ), e-mail: mjvcurvello@gmail.com.

vão gerar uma espécie de movimento contrário e trazer para o centro do debate questões sobre privacidade, livre-arbítrio, igualdade e justiça.

É nesta lavra que se inscreve este artigo, que tem caráter bibliográfico e descritivo e cujo objeto é o consumo de conteúdo audiovisual por meio do serviço de *streaming* da Netflix.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundação da cibernética por Norbert Wiener (2017), no fim da década de 1940, como uma proposta interdisciplinar para uma ciência do controle, da comunicação e da cognição, introduz nos estudos das relações entre sistemas biológicos e maquinais o sufixo “ciber”, que, segundo Corrêa (2010, p. 11), “parece ser o elo etimológico entre a técnica e os processos de sociabilidade”.

O termo deriva das palavras grega *kybernan* (ou *kubernan*) e latina *colere*.

Na vertente grega emerge o significado “arte de governar e pilotar”, atribuindo ao prefixo o inerente caráter de controle; na vertente latina *colere* reflete a ideia de cultivar e revolver a terra e, mais adiante, evolui para a ideia de habitar e cuidar da natureza em cultivo. É a ação humana (ordenada, procedural e, portanto, controladora) sobre os frutos de sua natureza (materiais e intelectuais). (Corrêa, 2010, p. 11)

Estas associações persistem nas noções de cibercultura e ciberespaço — esta emprestada da literatura de William Gibson (Mosco, 2004). Entre o final dos anos 1990 e o início dos 2000, estrangeiros, como o Pierre Lévy (1999) e Jakub Macek (2005), e brasileiros, como Eugênio Trivinho (1999) e André Lemos (2002), entre outros, empreenderam esforços teóricos no estabelecimento, delimitação e ampliação desses e de outros conceitos conexos, entendendo-os como um conjunto de práticas sociotécnicas que se dava em um plano de interação social mediado pelas tecnologias da informação e comunicação.

Porém, nos anos seguintes, pesquisas cada vez mais empíricas apontaram a inadequação de se pensar uma cultura conectada e outra desconectada, uma vez que toda cultura passou a ser majoritariamente digital conforme o tempo *online* aumentou progressivamente e os dispositivos móveis com acesso à internet se tornaram fundamento de novas práticas sociotécnicas amplamente difundidas. Nesse sentido, o advento da *Web 2.0*, mais interativa e participativa, acenava a um futuro próximo

daquele projetado na confluência da ciber e da contracultura, com a rede se tornando a plataforma a partir da qual usuários e empresas poderiam se desenvolver (O'Reilly, 2005).

Autores como Henry Jenkins (2008), Manuel Castells (2015) e Yochai Benkler (2006), entre outros, vão descrever esse estágio da rede como catalizador de uma série de transformações nas formas de organização social para a expressão criativa, a mobilização política e a criação de valor econômico a partir da conectividade e da colaboração.

Ocorre que a plataforma anunciada por O'Reilly se converteu em um recurso retórico que contribuiria para a transformação da internet aberta em uma rede aplicada de sites e redes sociais proprietárias (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020, p. 3).

Intimamente conectado ao discurso da Web 2.0, as primeiras menções ao conceito de “plataforma” compartilham um objetivo econômico distinto: serviram como metáfora ou imaginário, empregado por jornalistas de negócios e empresas de internet para atrair usuários finais para plataformas e, simultaneamente, ofuscar seus modelos de negócios e infraestruturas tecnológicas. (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020, p. 3)

Conforme grandes empresas de tecnologia, como Google, Apple, Meta, Amazon e Microsoft, passaram a implantar, a partir da década de 2010, modelos de negócio baseados na coleta de dados de usuários para direcionamento de publicidade, a oferta de serviços pautados na conveniência e orientados por sistemas de recomendação algorítmica colocou em xeque liberdades individuais e privacidade. Para D'Andréa (2020, p. 18), isso acontece pois “plataformas se apropriam das lógicas de conexão e as potencializam como parte de uma estratégia — comercial sobretudo — que visa incentivar usuários a deixar rastros de suas relações, preferências etc”.

Essas práticas não tardariam a se disseminar e transformaram a *web* em uma espécie de “sociedade panóptica” (Foucault, 1996) definitiva. Descritas por meio de conceitos como capitalismo de vigilância (Zuboff, 2021), tecnofeudalismo (Durand, 2021) e colonialismo de dados (Silveira, 2021), elas trouxeram de volta ao debate questões sobre monitoramento e controle na esteira de rotinas de expropriação e comercialização de informações pessoais que levariam a novas formas de exploração e desigualdade.

No caso da Netflix, a lógica do controle se choca com a promessa de liberdade das plataformas (Van Dijck, 2013), evocada com frequência no discurso corporativo da empresa, como, por exemplo, no *slogan* “assista onde quiser, quando quiser”.

Da oferta de “filmes, séries e muito mais, sem limites” à propalada facilidade de cancelamento, passando pela variedade de aparelhos em que se pode acessar a plataforma e à possibilidade de assistir ao conteúdo a qualquer hora e em qualquer lugar mesmo sem internet por meio de *download* de filmes e séries, o *site*³ da empresa está repleto de acenos a uma suposta autonomia do usuário, que contribuem para a ideia de que o assinante detém controle do uso da plataforma.

Sob o lema “liberdade com responsabilidade”, a cultura corporativa da empresa celebra uma liderança apoiada em “contexto em vez de com controle”, que seria capaz de beneficiar igualmente os funcionários e fomentar, de um lado, a satisfação, e do outro, a inovação, segundo o livro “*No rules rules: Netflix and the culture of reinvention*” (Hastings; Meyer, 2020). A imagem de um ambiente criativo e livre de restrições é evocada já no título da obra. Ao longo de suas 318 páginas, a palavra *freedom* aparece 110 vezes.

PRINCIPAIS RESULTADOS

A Netflix não foi pioneira no setor *on demand* pela internet e nem na transmissão de audiovisual por *streaming*, mas seu caráter disruptivo (Bower; Christensen, 1995) consolidou uma nova forma de distribuição de conteúdo audiovisual baseada em fluxo contínuo de dados, gerados e exibidos em tempo real, que tornaria possível ao usuário não só decidir ao que e em que momento assistir, mas também por quanto tempo e em que aparelho fazê-lo, inaugurando um mercado que a empresa dominaria durante anos.

Com isso, a plataforma passou de um serviço de aluguel de filmes por correios ao principal provedor de conteúdo audiovisual por *streaming* do mundo em pouco mais de duas décadas. Mediada por um sistema de recomendação algorítmico aprimorado ao longo desse tempo, a “experiência Netflix” (Gomez-Uribe; Hunt, 2015, p. 13:1-13:2) é marcada pela não linearidade e pela personalização e se dá dentro de um ambiente digital desenhado para estimular a permanência do espectador por meio da indicação de

3 Disponível em: <https://www.netflix.com/br>. Acesso em: 24 jun. 2024.

conteúdo selecionado sob medida, a partir da coleta e processamento de dados de acesso que permitiriam inferir gostos, desejos e expectativas muitas vezes não manifestos ou mesmo codificáveis (Curvello, 2023).

A arquitetura pensada para capturar a atenção, principal *commodity* de um tempo hiperconectado (Quan-Haase; Wellman, 2006), e o perfilamento permanente dos usuários são os aspectos mais visíveis de uma forma de uso que torna indissociáveis a sugestão de produtos e serviços personalizados e a vigilância dos usuários (Zuboff, 2021). Opaco, o conjunto de algoritmos que orienta as relações humano-máquina estabelecidas na plataforma proporciona uma experiência marcada pela repetição de temas, gêneros e formatos (Curvello, 2023).

Em trabalho anterior (Ibidem), coletei evidências que sugerem que isso se dá em razão de alguns fatores principais: 1) por mais sofisticado que seja, o sistema de recomendação da Netflix prevê escolhas futuras com base em dados de comportamento passados que ignoram subjetividades, desejos e abstrações (O’Neil, 2020), comportando-se como uma “máquina de autoafirmação” (Gaw, 2019, p.9); 2) essas deficiências são características de uma “teoria sobre quem somos e sobre o que vamos fazer ou desejar a seguir” (Pariser, 2012, p. 14), elaborada e constantemente atualizada por estes mecanismos de previsão, que tem como efeito a criação de bolhas de filtros, lugares povoados por “nossas pessoas, coisas e ideias preferidas” (Ibidem, p. 16); e 3) o funcionamento e os propósitos dessas aplicações não são evidentes para os usuários (Pasquale, 2015), nem em suas regras de funcionamento prático, nem em seu papel como base do modelo de negócio da empresa que pode, e frequentemente está, sujeito a imperativos econômicos diversos (Zuboff, 2021).

Esse conjunto de leituras me levou a formular a hipótese de que o uso da Netflix é controlado e limita a diversidade e a variedade das experiências audiovisuais. Embora a plataforma ofereça certo grau de autonomia em termos de tempo e de espaço, assim como de uma variedade de telas, essa liberdade é mais restrita do que aparenta. Pretendo desenvolver essa hipótese em trabalhos futuros, analisando como essa suposta liberdade se manifesta principalmente no acesso ao conteúdo, mas não na diversidade das opções oferecidas (Curvello, 2023).

REFERÊNCIAS

BENKLER, Yochai. **The wealth of networks: how social production transforms markets and freedom.** New Haven: Yale University Press, 2006.

BOWER, Joseph L.; CHRISTENSEN, Clayton M. **Disruptive technologies: catching the wave,** 1995. Disponível em: <https://hbr.org/1995/01/disruptive-technologies-catching-the-wave>. Acesso em: 24 jun. 2024.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação.** São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

CORRÊA, Elizabeth Saad. Fragmentos da cena cibercultural: transdisciplinaridade e o "não conceito" . **Revista USP**, São Paulo, Brasil, n. 86, p. 6–15, 2010. DOI: 10.11606/issn.2316-9036.v0i86p6-15. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/13809>. Acesso em: 24 jun. 2024.

CURVELLO, Marcos. **O sistema de recomendação da Netflix e seus algoritmos: por dentro da máquina.** Rio de Janeiro: Autografia, 2023.

D'ANDRÉA, Carlos. **Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos.** Salvador: EDUFBA, 2020.

DURAND, Cédric. **Tecnofeudalismo: crítica de la economía digital.** Adrogué: La Cebra, Donostia: Kaxilda, 2021.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: história da violência nas prisões.** Petrópolis: Vozes, 1996.

GAW, Marie Fatima Iñigo. **Algorithmic logics of taste: cultural taste and the Netflix recommender system,** 2019. Master (Digital Communication and Culture) – The University of Sydney, Sydney, 2019. Disponível em: https://ses.library.usyd.edu.au/bitstream/handle/2123/21530/Dissertation%20final_Redacted.pdf?sequence=3&isAllowed=y. Acesso em: 24 jun. 2024.

GOMEZ-URIBE, Carlos A.; HUNT, Neil. **The Netflix recommender system: algorithms, business value and innovation.** Nova York: ACM, 2016. Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/2843948>. Acesso em: 24 jun. 2024.

HASTINGS, Reed; MEYER, Erin. **No rules rules: Netflix and the culture of reinvention.** Nova York: Penguin, 2020.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2008.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** Porto Alegre, Sulina, 2002.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34, 1999.

MACEK, Jakub. **Defining Cyberculture.** 2005. Disponível em: https://www.academia.edu/460099/Defining_Cyberculture. Acesso em: 24 jun. 2024.

MOSCO, Vincent. **The digital sublime: myth, power and cyberspace.** Cambridge: MIT Press, 2004.

NIEBORG, David; POELL, Thomas; VAN DIJCK, José. Plataformização. **Fronteiras: Estudos Midiáticos**, Porto Alegre, v. 22, n. 1, p. 2-10, 2020.

O'NEIL, Cathy. **Algoritmos de destruição em massa**. Santo André: Editora Rua do Sabão, 2020.

O'REILLY, Tim. **What is Web 2.0. design patterns and business models for the next generation of software**. 2005. Disponível em: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>. Acesso em: 31 maio. 2024.

PASQUALE, Frank. **The black box society: the secret algorithms that control money and information**, Cambridge: Harvard University Press, 2015.

PARISER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

QUAN-HAASE, Anabel; WELLMAN, Barry. Hyperconnected Net Work: Computer-Mediated Community in a High-Tech Organization. In: ADLER, P. S.; HECKSCHER, C. **Towards Collaborative Community**. Oxford: Oxford University Press, 2006, p. 281-333.

SILVEIRA, Sergio Amadeu. A hipótese do colonialismo de dados e o neoliberalismo. In: CASSINO, João Francisco; SOUZA, Joyce; SILVEIRA, Sergio Amadeu (org.). **Colonialismo de dados: como opera a trincheira algorítmica na guerra neoliberal**. São Paulo: Autonomia Literária, 2021, p. 32-50.

TRIVINHO, Eugênio. **Cyberspace: crítica da nova comunicação**. São Paulo: Biblioteca da ECA/USP, 1999.

TURNER, Fred. **From Counterculture to Cyberculture: Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the Rise of Digital Utopianism**. Chicago: University of Chicago Press, 2006.

WIENER, Norbert. **Cibernética, ou, Controle e comunicação no animal e na máquina**. São Paulo: Perspectiva, 2017.

VAN DIJCK, José. **The culture of connectivity: a critical history of social media**. New York: Oxford University Press, 2013.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder**. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2021.