

Netflix look e a estética do algoritmo¹

Marcos José Vieira Curvello²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

O presente artigo, de caráter bibliográfico e documental, descreve e pensa a estética padronizada das produções originais da Netflix. A investigação aborda aspectos técnicos, econômicos e da regulação algorítmica da plataforma, como diretrizes de produção, priorização de dispositivos móveis e impacto do sistema de recomendação na experiência de uso, para compreender eles possibilitam a ocorrência do fenômeno conhecido como Netflix look, ou estética Netflix.

Palavras-chave

Netflix look; Netflix; Padronização Estética; Streaming; Sistemas de Recomendação.

Introdução

Em agosto de 2022, a jornalista Gita Jackson publicou um artigo no site da revista Vice, por ocasião do lançamento da série *Sandman* (*The Sandman*, 2022) pela Netflix. Na época, o assunto havia se tornado inescapável para qualquer publicação atenta ao que acontece na cultura pop, graças ao prestígio de que goza a obra em que se baseia e ao risco que representava para a plataforma de *streaming*, que colhia fama de produzir adaptações ruins de outras mídias. Publicada pela DC Comics entre 1989 e 1996 e escrita por Neil Gaiman, a história em quadrinhos homônima teve 75 edições, alcançou lugar cativo em listas dos trabalhos de fantasia mais influentes da segunda metade do século XX e arregimentou devotos pelo mundo inteiro, pavimentando o caminho para que o autor britânico desenvolvesse uma carreira premiada na literatura — agora ameaçada por uma série de denúncias de abuso sexual³.

No entanto, diferente do que havia sido feito em diversos outros textos publicados nos dias que sucederam o lançamento da série, a análise de Jackson não se concentra na qualidade da transposição da celulose para o live action, embora a comente brevemente. Intitulado “*Why Does Everything On Netflix Look Like That?*” (Jackson, 2022), ou “Por que tudo na Netflix parece igual?”, em tradução livre, o texto identifica e discute a existência de uma estética comum entre produções originais da plataforma de

1 Trabalho apresentado no GP Ficção Televisiva Seriada, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º 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.

3 Disponível em: <https://www.vulture.com/article/neil-gaiman-allegations-controversy-amanda-palmer-sandman-madoc.html>. Acesso em: 22 jan. 2025.

streaming, que é percebida também em Sandman. A jornalista chama essa constância em aparência e tom de “*Netflix look*”, o que poderia ser traduzido como “visual Netflix”. “Mesmo que você não saiba o que procurar, é tão distinto que provavelmente você conseguirá adivinhar se algo foi criado ou não para a Netflix com base apenas em alguns frames” (Jackson, 2022, s.p., tradução nossa).

Se, por um lado, isso pode funcionar como uma espécie de assinatura, capaz de tornar os produtos da plataforma prontamente reconhecíveis, como o são as obras de diretores⁴ e estúdios⁵ de visões artísticas muito próprias, por outro, pode fazer com que “todos os programas da Netflix pareçam iguais” (Jackson, 2022, s.p., tradução nossa).

Essa homogeneidade perpassa gêneros bastante distintos entre si, como aponta o editor assistente da Esquire Josh Rosenberg, em artigo publicado em agosto de 2024.

Há uma semelhança impressionante nas ofertas do serviço de *streaming*, fazendo com que tudo, de Wandinha a Cobra Kai, pareça um filme de Natal Hallmark produzido pela CW. É uma declaração de marca intencional da Netflix? Não tenho certeza. Não posso te dizer por que O Problema dos 3 Corpos aparentemente compartilha figurinos com Avatar: O Último Mestre do Ar, por que One Piece: A Série parece Bridgerton com superpoderes recém-desenvolvidos, ou por que você poderia me convencer absolutamente de que as cápsulas de Casamento às Cegas estão a uma sala de distância da ponte de cristal de Round 6. (Rosenberg, 2024, s. p., tradução nossa)

A similaridade visual dos produtos da Netflix também foi assunto em blogs⁶ fora da bolha da cultura pop e da tecnologia, fóruns⁷, podcasts⁸ e no Youtube⁹, mobilizando usuários, jornalistas especializados, membros e observadores da indústria audiovisual. Uma pesquisa exploratória, feita para este texto, a partir do Google Acadêmico, do Portal de Periódicos e do Catálogo de Teses e Dissertações da Capes, do Latindex e do Scielo, porém, sugere que a academia pouco se debruçou sobre o tema.

A pesquisa, que não se pretende exaustiva e nem definitiva, considerou o período de 2020 a 2024, último ano consolidado. Trata-se de um recorte temporal que

4 Disponível em : <https://seriesofcasualthoughts.medium.com/what-makes-david-lynchs-films-so-uniquely-lynchian-aa69d97bf52d>. Acesso em: 22 jan. 2025.

5 Disponível em: <https://hurwitz.tv/the-a24-vibes-explained>. Acesso em: 22 jan. 2025.

6 Disponível em: <https://haleynahman.substack.com/p/132-the-contagious-visual-blandness>. Acesso em: 22 jan. 2025.

7 Disponível em:

https://www.reddit.com/r/netflix/comments/1783g9/why_do_most_netflix_series_always_look_and_feel. Acesso em: 22 jan. 2025.

8 Disponível em: <https://podcasts.apple.com/us/podcast/why-all-netflix-shows-look-the-same/id1616026684?i=1000596507958>. Acesso em: 22 jan. 2025.

9 Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0KbhmkTq0Ag>. Acesso em: 22 jan. 2025.

inclui os dois anos anteriores e os dois anos posteriores à publicação do artigo de Jackson e que considera a possibilidade de que o termo já pudesse estar em circulação antes da publicação do texto pela jornalista. As buscas pela expressão *Netflix look*, todavia, retornam um único artigo. No texto, Foster (2023) explora os romances em três volumes da Era Vitoriana, usando dados quantitativos para examinar suas características narrativas e estéticas em relação à estrutura econômica da época, como as bibliotecas de assinatura. A conclusão destaca como esses dados confirmam tendências históricas observadas anteriormente e possibilitam compreensão sobre mudanças longitudinais, como a redução no tamanho dos romances ao longo de 70 anos.

A expressão *Netflix look* e o artigo de Jackson servem, no texto para introduzir uma comparação entre os padrões narrativos e estéticos influenciados pelo mercado na Era Vitoriana, com os romances de três volumes, e hoje, com os filmes e séries da Netflix. Ambos exemplificam como condições econômicas e modelos de distribuição podem moldar a forma e o conteúdo de produções culturais. O texto, portanto, não se debruça, propriamente, sobre o fenômeno do *Netflix look* e suas implicações para os usuários da plataforma, mas o utiliza como recurso argumentativo em outra discussão.

Devido à escassez de resultados, foram feitas buscas por variações e traduções da expressão: *Netflix aesthetic*, visual Netflix e estética Netflix — estes dois últimos empregados pela imprensa brasileira¹⁰. Nenhum resultado foi encontrado para qualquer um dos termos nos repositórios usados.

Diante deste cenário, este artigo, de natureza bibliográfica e documental, tem o objetivo de descrever o fenômeno e pensá-lo a partir de aspectos técnicos, econômicos e da regulação algorítmica da plataforma, como diretrizes de produção, priorização de dispositivos móveis e impacto do sistema de recomendação na experiência de uso, que possibilitam sua existência.

Essa reflexão é feita parte da hipótese de que a padronização estética de filmes e séries pela Netflix é outra expressão de um fenômeno mais amplo de uniformização da experiência do usuário na algoritmosfera (Leporace, 2024), de maneira mais ampla, e na plataforma de *streaming* (Curvello, 2023), de forma mais específica. Como tal, acreditamos que ela precisa ser considerada por quem se disponha a investigar a circularidade que marca as formas de uso propiciadas pela empresa, preocupação de

¹⁰ Disponível em: <https://super.abril.com.br/cultura/estetica-netflix-por-que-o-visual-das-producoes-do-streaming-e-tao-parecido>. Acesso em: 22 jan. 2025.

pesquisa que mantenho nos últimos anos (Curvello, 2019) e que determinou os temas de meu mestrado (Curvello, 2022) e meu doutorado (Curvello, 2024), ora em curso.

Mas, afinal, o que é o *Netflix Look*?

De acordo com Jackson (2022), o *Netflix look* é resultado de um conjunto de técnicas, equipamentos e decisões empregados de forma recorrente nos produtos originais da plataforma, gerando um conjunto específico de características visuais.

Embora seja difícil identificar exatamente o que faz com que todos os programas da Netflix tenham a mesma aparência, algumas coisas se destacam: a imagem em geral é escura e as cores extremamente saturadas; Principalmente em cenas noturnas, tende a haver muita iluminação colorida, fazendo com que tudo pareça banhado em neon mesmo que os personagens estejam dentro; Parece que os atores têm maquiagem pesada em seus rostos, e detalhes em seus figurinos, como costuras franzidas, são incomumente visíveis; O mais irritante para mim é que tudo também é filmado de uma forma extremamente convencional, usando as configurações mais convencionais para indicar o máximo de mistério e intriga possível — para indicar que algo estranho está acontecendo, o enquadramento sempre tem um plano holandês, por exemplo — ou mais muitas vezes apenas com todos filmados em close-up médio (Jackson, 2022, s.p., tradução nossa).

A jornalista chama atenção para as diretrizes contidas nos documentos que compõem o *Partner Help Center*¹¹ da Netflix, que incluem diretrizes para diferentes fases e aspectos da criação de conteúdo para a plataforma. “A Netflix estabelece especificações técnicas básicas para todas as suas produções, como quais câmeras usar, os requisitos mínimos de resolução de imagem e qual porcentagem da produção pode usar câmeras não aprovadas” (Jackson, 2022, s.p., tradução nossa).

Entre elas, está a obrigatoriedade de filmar 90% do conteúdo em câmeras aprovadas, com resolução mínima de 4K, profundidade de cor de 10 bits e formatos de captura específicos, como RAW ou intraframe 4:2:2. A padronização busca garantir compatibilidade técnica e qualidade futura para exibição em 4K HDR, minimizando custos de produção e pós-produção, mas também cria uma base uniforme para o visual.

Não é uma ideia pouco racional querer garantir que o conteúdo da Netflix ainda pareça bom quando as televisões 4K se tornarem mais comuns, mas limita suas opções como cineasta em termos de qual tecnologia você pode realmente usar. Os arquivos de vídeo 4K também são extremamente grandes e, quando

¹¹ Disponível em: <https://partnerhelp.netflixstudios.com/hc/en-us/articles/360000579527-Cameras-Image-Capture-Requirements-and-Best-Practices>. Acesso em: 22 jan. 2025.

compactados por meio de *streaming*, essa compactação altera a aparência da imagem para o espectador (Jackson, 2022, s.p., tradução nossa).

Adicionalmente, há aspectos econômicos que contribuem para o *Netflix look*, diz Jackson (2022). Parte significativa dos orçamentos de produção é direcionada para contratar atores ou diretores renomados, enquanto itens como *design* e locações recebem menor atenção. Algo “particularmente perceptível nas produções da Netflix porque acontece com muita frequência” (Jackson, 2022, s.p. tradução nossa).

A priorização do formato digital sobre a película é outra decisão financeira, considerando que o digital oferece menor custo e maior agilidade na edição e armazenamento, mesmo comprometendo nuances visuais como texturas e tons de pele. Isso pode sacrificar elementos estéticos típicos do filme analógico, historicamente percebidos pela audiência como “cinematográficos”. “Tudo isso ajuda a explicar por que as produções da Netflix parecem estranhas” (Jackson, 2022, s.p. tradução nossa).

Em maio de 2024, a Movie LUTs, empresa especializada na comercialização de recursos para edição de fotos e vídeos profissionais e que usa o YouTube para comentar visuais de filmes, séries, gêneros, estúdios e cineastas, publicou um vídeo em que também usa o termo *Netflix look* para descrever a aparência característica das produções da plataforma de *streaming*. Ele aponta um par de outras razões, também de fundo comercial, que precisam ser consideradas ao se pensar o fenômeno.

A primeira é a necessidade de conformar o conteúdo à exibição em dispositivos com telas pequenas. Isso reflete hábitos de consumo dos assinantes. De acordo com a Nielsen (2024), em dezembro de 2024, último ano consolidado, o *streaming* representou 43,3% do mercado televisivo nos Estados Unidos, à frente tanto da TV a cabo (23,8%) quanto da TV linear (22,4%). A Netflix corresponde a 8,5% desse total, atrás apenas do YouTube, com 11,1%. Segundo a Market.us Scoop (2025), 60% dos usuários assistem a conteúdo por *streaming* em celulares e aparelhos *mobile* em geral, o que inclui *tablets* e *smartwatches*, respondem por cerca de 35% do tráfego global de vídeo por *streaming*.

O resultado é que muitos cenários das produções da Netflix são descritos como “vazios”. Há poucos detalhes nas paredes, menor profundidade de campo e os atores são, frequentemente, filmados em *close-up*, pois detalhes, incluindo da performance, são menos perceptíveis em telas pequenas. A prioridade é um visual que funcione bem em diferentes dispositivos, mesmo que isso sacrifique a experimentação artística.

Já que a Netflix tem que considerar o tamanho menor da tela, suas produções são preenchidas com cenas pesadas de diálogo, normalmente em tomadas médias ou em close-up, sem muitos detalhes de fundo, priorizando as expressões faciais do ator. Essa tendência reflete o formato da televisão, corroendo os elementos que tornam os filmes únicos. (Movie LUTs, 2024, tradução nossa).

A segunda é a padronização da cinematografia. Enquadramentos, iluminação, movimentos de câmera e edição de cor não apenas são pensados para funcionar em telas pequenas, mas também para dar consistência ao acervo da plataforma, garantindo que os usuários transitem entre séries e filmes sem perceber grandes diferenças visuais. “Se o próximo conteúdo for semelhante ao que o espectador acabou de assistir, há uma chance maior de que ele escolha assisti-lo e permaneça mais tempo na plataforma” (Movie LUTs, 2024, tradução nossa). Este último elemento é uma manifestação estética da própria lógica de funcionamento dos serviços baseados em recomendação algorítmica, o que inclui a Netflix — como veremos nas duas próximas sessões do artigo.

O sistema de recomendação da Netflix e seus algoritmos

A Netflix foi a ponta de lança das transformações na indústria do audiovisual, consolidando um modelo de distribuição baseado no fluxo contínuo de dados e na personalização da experiência do usuário. Essa transformação foi viabilizada por sistemas de recomendação algorítmica, que possibilitam aos usuários decidirem não apenas o que assistir, mas também quando, onde e como consumir o conteúdo. Esse modelo ajudou a Netflix a se posicionar como líder no mercado global de *streaming* em poucas décadas (Gomez-Uribe; Hunt, 2015).

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. Ela acontece dentro de um ambiente digital desenhado para capturar a atenção, principal *commodity* de um tempo hiperconectado (Quan-Haase; Wellman, 2006), e estimular a permanência do espectador por meio da indicação de conteúdo selecionado sob medida, a partir da coleta e do processamento de dados de acesso que, supostamente, permitiriam inferir gostos, desejos e expectativas não manifestos ou mesmo codificáveis (Curvello, 2023).

Pasquale (2015) descreve como os algoritmos, ao operarem de forma opaca, tornam o perfilamento de usuários um componente central das relações humano-

máquina. Na Netflix, essa prática molda as escolhas dos espectadores, oferecendo sugestões baseadas em padrões que, muitas vezes, escapam à percepção consciente dos usuários." Executado de maneira automática e independente, mas coordenada, ele proporciona uma forma de uso que torna indissociáveis a sugestão de produtos e serviços personalizados e a vigilância dos usuários (Zuboff, 2021) e é marcada pela recorrência de enredos, tipos e estéticas. O resultado é a circunscrição da experiência de uso desta tecnologia a uma zona segura de vivências audiovisuais.

Em trabalho anterior (Curvello, 2023), coletei evidências que sugerem que isso ocorre em razão de alguns fatores. O principal é que, por mais sofisticado que seja, o sistema de recomendação prevê escolhas futuras com base em modelos feitos a partir de dados de comportamentos passados que ignoram subjetividades, desejos e abstrações. "Modelos são, por sua própria natureza, simplificações. Nenhum modelo consegue incluir toda a complexidade do mundo real ou as nuances da comunicação humana. Inevitavelmente, alguma informação importante fica de fora" (O'Neil, 2020, p.33).

De acordo com Gaw (2019), é necessário considerar, ainda, o fato de que os dados que fundamentam as recomendações da Netflix são gerados, coletados e processados dentro do próprio sistema, considerando somente a probabilidade de determinado conteúdo agradar ao assinante, enquanto ignora fatores externos como avaliação da crítica especializada ou a boca a boca que possa se formar em torno de algum título, por exemplo. Para ela, "um algoritmo, em sua operação e representação, é fundamentalmente uma máquina de autoafirmação" (Gaw, 2019, p.9).

Para Pariser (2012, p. 14), essas deficiências são elementos inextricáveis da "teoria sobre quem somos e sobre o que vamos fazer ou desejar a seguir", que é elaborada e constantemente atualizada por estes mecanismos de previsão, cujo efeito colateral é aquilo que o autor chama de bolhas de filtros, determinantes para a forma como os usuários terão acesso a conteúdo em um ambiente digital.

Bolhas são "universos distintos e paralelos" (Pariser, 2012, p. 11), versões altamente particulares da Internet, acessíveis somente ao usuário para o qual foram talhadas sob medida, regidas por regras invisíveis, uma vez que não se sabem os critérios com que os filtros são aplicados, e das quais não há saída possível que não o abandono do serviço, já que são justamente a razão dos lucros por ele obtidos. A principal característica de uma bolha é a familiaridade, já que ela se configura como um "lugar confortável, povoado por nossas pessoas, coisas e ideias preferidas" (Pariser,

2012, p. 16). Sob o império do hábito, esses espaços pouco são capazes de fazer para estimular novas percepções e aprendizados:

Um mundo construído a partir do que é familiar é um mundo no qual não temos nada a aprender. Se a personalização for excessiva, poderá nos impedir de entrar em contato com experiências e ideias estonteantes, destruidoras de preconceitos, que mudam o modo como pensamos sobre o mundo e sobre nós mesmos. (Pariser, 2012, p. 16)

Essa repetição exemplifica as dinâmicas de repetição e previsibilidade que caracterizam o que Leporace (2024) chama de algoritmosfera: o ambiente mediado e configurado por sistemas algorítmicos que influencia e molda a nossa interação com o mundo digital.

Ainda que, inicialmente, sejam alimentados por dados dados que vêm de fora deles, isto é, por atividade humana externa aos sistemas, dados também emergem então da operação interna dos sistemas, na medida em que eles são utilizados e combinados em novos conteúdos, o que configura um movimento que conta com um aspecto de circularidade (Leporace, 2024, p. 151).

Neste ambiente, as escolhas do usuário estão subordinadas a objetivos mercadológicos e algorítmicamente orientados, resultando em padrões que reforçam a homogeneidade visual e narrativa. No caso da Netflix, o caráter elíptico da experiência de uso já havia sido pelos assinantes (Curvello, 2019). Em minha dissertação (Curvello, 2022), sugeri que essa repetição não fosse apenas de gêneros, formatos e temas, mas também de estéticas. O *Netflix look* parece confirmar essa hipótese.

Conclusão

Conforme as maneiras tradicionais de assistir a filmes e séries vão sendo progressivamente substituídas por uma miríade de plataformas de *streaming*, um mercado em que a Netflix ainda ocupa lugar de liderança, a própria ideia do que seja cinema e TV passa por uma transformação. Os filmes são afetados de maneira mais pronunciada. Antes pensados para a tela grande, agora precisam se adequar a mostradores de poucas polegadas. Isso restringe as opções de cineastas, que passam a ser condicionadas pela técnica, e homogeniza esteticamente os produtos, o que impacta, ao mesmo tempo, a linguagem e a experiência associadas a esse tipo de mídia.

Embora o *streaming* garanta aos seus assinantes acesso a catálogos robustos, permitindo, por exemplo, acesso a obras de diferentes gêneros cinematográficos e a produções de países que, talvez, de outra forma, fossem difíceis de se obter, a circularidade que marca o uso dessas plataformas sugere que a oferta de filmes e de séries seja pensada mais em função da variedade de títulos e menos na diversidade da experiência audiovisual possível.

No longo prazo, isso pode significar o estreitamento das possibilidades do audiovisual, já sujeita aos imperativos econômicos que guiam a formação do acervo dos serviços de *streaming*, que tendem a privilegiar sucessos de público e filmes mais recentes. Isso se torna especialmente preocupante diante do lento mas progressivo desaparecimento das mídias físicas, da perda da participação no mercado da TV à cabo e da TV linear e do cerco legal à pirataria, é preciso considerar a possibilidade de que em um futuro não muito distante empresas de tecnologia como a Netflix sejam capazes de dizer efetivamente o que existe ou não no universo do audiovisual.

O resultado da pesquisa feita para este artigo sugere, ainda, a necessidade de que a academia esteja atenta ao que discute o mercado, a imprensa e a sociedade em geral. O debate promovido nessas instâncias aparentemente não encontrou eco na produção científica, embora o fenômeno do *Netflix look* diga respeito diretamente a preocupações acerca das características mais danosas da algoritmosfera e do capitalismo de vigilância.

Referências

CURVELLO, Marcos José Vieira. Netflix: sondagem sobre a experiência de usuários. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 24., 2019, *Anais...* São Paulo: Intercom, 2019.

CURVELLO, Marcos José Vieira. **O sistema de recomendação da Netflix**: por dentro da máquina. 2022. 99f. Tese (Cognição e Linguagem), Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Campos dos Goytacazes, 2022.

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

CURVELLO, Marcos José Vieira; EVANGELISTA, Raquel Lobão. Familiaridade e identidade como elementos do consumo em plataformas de streaming: um estudo sobre a Netflix. In: Jornadas de Antropologia John Monteiro, 2024, *Anais...* Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 2024.

FOSTER, Chris. **How long was the three volume novel?** 23 ago. 2023. Disponível em: <https://cforster.com/2023/08/novel-lengths>. Acesso em: 22 jan. 2025.

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: 22 jan. 2025.

GIRARDI JÚNIOR, Liráucio; FONTOURA, Samra Fonseca. **Nova Onda de Domesticação e a Reconfiguração do Lar como Ambiente Comunicacional Plataformizado**: uma hipótese. In: 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2023, Belo Horizonte. Anais [...]. São Paulo: Intercom, 2023. p. 1-15. Disponível em:

https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/samra-fonseca-fontoura.pdf. Acesso em: 22 jan. 2025.

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: 22 jan. 2025.

JACKSON, Gita. Why Does Everything On Netflix Look Like That? **Vice**, 15 ago. 2022. Disponível em: <https://www.vice.com/en/article/why-does-everything-on-netflix-look-like-that>. Acesso em: 22 jan. 2025.

LEPORACE, Camila. “**Algoritmosfera**: a cognição humana e a inteligência artificial”. Rio de Janeiro: PUC-RIO, 2024.

MARKET.US SCOOP. **Streaming Services Statistics 2025 By Platform, Growth, Technology** [online], 2025. Disponível em: <https://scoop.market.us/streaming-services-statistics>. Acesso em: 22 jan. 2025.

MOVIE LUTS. Why do Netflix Productions look like that? **YouTube**, 18 mai. 2024. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=j_39hGh8DT0. Acesso em: 22 jan. 2025.

NIELSEN. **The Gauge**: TV viewing trends in the U.S. [online], 2024. Disponível em: <https://www.nielsen.com/data-center/the-gauge>. Acesso em: 22 jan. 2025.

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

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

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

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.

ROSEMBERG, Josh. Why Does Every Netflix Show Look the Same? An Investigation. **Esquire**, 16 ago. 2024. Disponível em: <https://www.vice.com/en/article/why-does-everything-on-netflix-look-like-that>. Acesso em: 22 jan. 2025.

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.