

Um cinema submisso: os filmes brasileiros da Netflix e Prime Video (2017-2025)¹

Sheila Schvarzman²

Eduarda Domingos Generozo³

Universidade Anhembi Morumbi – UAM

Resumo

O streaming se tornou uma janela de produção e difusão do cinema brasileiro. Como corporações estadunidenses sob o regime *over the top* resistem à regulação, impõem formas de trabalho e remuneração que induziram à precarização da atividade no país e a exploração do seu potencial criativo. Os filmes brasileiros produzidos nesse processo a partir de 2017 mostram transformações. Propomos assim, examinar obras significativas realizadas pela Netflix e Prime Video, observando o streaming como componente do Imperialismo de Plataforma, conforme Dal Yong Jin (2013, 2015), modalidade contemporânea de exploração da força de trabalho, da criação artística e colonização do imaginário, visando a mineração de dados dos usuários (2015, 2023). A partir do levantamento do conteúdo e formas dos filmes, e de acordo com as políticas das corporações, observamos em que medida as orientações da plataforma com as exigências de internacionalização, a correção política, a diversidade de representação de gênero e racial mudaram os filmes brasileiros em relação às características de filmes de grande público já estudados (Schvarzman, 2018), refletindo a visão das plataformas. Obras que buscam mesclar o global ao local e introduzir na ficção brasileiras aspectos até então inéditos, o puritanismo entre outros, numa forma renovada de submissão e cultural.

Palavra-chave: Cinema Brasileiro no Streaming. Netflix, Prime Video . Imperialismo de Plataforma

Resumo Expandido

Filmes de grande público são indispensáveis à sobrevivência de um cinema nacional. O cinema brasileiro havia conseguido desde 2001, através de organismos, políticas públicas de fomento, além do investimento privado baseado na desistência de tributos, fortalecer a produção, chegando a uma relação expressiva com o seu público, num momento de estabilidade do país. Entretanto, como o cinema é “uma questão de estado” (Dahl, 2011, 32), entre 2017 e 2022 foi relegado pelos governos Temer e Bolsonaro (2016 a 2022), que minaram essas iniciativas por interesses ideológicos, político-econômicos e geopolíticos, beneficiando, a entrada maciça de plataformas internacionais.

O audiovisual passou então por mudanças que se traduziram até 2022, na sua marginalização, com empecilhos à produção e exibição de obras nacionais (fim das cotas de tela), que, somadas à Covid 19 e às mudanças políticas, mudaram a relação dos

¹ Trabalho apresentado no GP Cinema do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em História Social, professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi. Trabalho financiado pela bolsa Produtividade CNPQ n. 314828 e Instituto Ânima sheila.schvarzman@ulife.com.br

³ Graduanda do Curso de Cinema e Audiovisual da Universidade Anhembi Morumbi. Bolsista Iniciação Científica PIBIC CNPQ E-mail: eduardagenerozo@gmail.com.

espectadores com o audiovisual e as salas de cinema. Essas circunstâncias beneficiaram plataformas como a Netflix. No cenário de crise econômica, o streaming parecia um campo para a sobrevivência do cinema brasileiro e de sua expansão internacional, o que não aconteceu, como atesta a inexpressiva repercussão dos filmes realizados. Houve promessas e os profissionais se entusiasmaram.

Ao todo, segundo a Ancine⁴, há 62 plataformas, sendo apenas 17 brasileiras, e/ou de conteúdo preferencialmente nacional (ANCINE, 2024, 12). Além disso, o streaming induz mudanças na indústria audiovisual, uma vez que, como coprodutor de filmes brasileiros, e intensificando os conteúdos seriados de que vinha participando desde 2016 quando a Netflix produziu 3%, dirigido por Pedro Aguilera, impôs a nova ‘forma de negócio’, que desconhece direitos trabalhistas e autorais, alterando todo o *broadcast*, tornando-se forte concorrente da até então hegemônica Rede Globo. Se o cenário pareceu criar possibilidades de produção e janelas de exibição, além de acenos à internacionalização, passou a requerer dos profissionais e da criatividade nacional muitas adequações.

Além disso, fugindo da tributação, as corporações sequer pedem o Certificado de Produto Brasileiro à Ancine para suas obras, uma vez que a agência não reconhece como produtor “o agente econômico [as produtoras brasileiras] cuja relação com a obra audiovisual seja exclusivamente a sua contratação para prestação de serviços de organização da produção da obra audiovisual”⁵; assim, essas obras são consideradas ND – de nacionalidade desconhecida.

No exame do conteúdo oferecido por essas plataformas, a presença do filme brasileiro não passava de 6% em 2022 (Ancine, 2022, 26), em 2023 chegou a 8,8% do conteúdo total (Ancine 2023, 27), e em 2024 a 8,5%. Se forem somadas às obras (ND) “sem informação de nacionalidade”, ou seja, realizadas pelas plataformas nos regimes de coprodução apenas terceirizando os serviços, se chega a 13,6% (ANCINE, 2024, 30), mostrando que a proeminência de filmes brasileiros nas páginas iniciais onde a plataforma sugere filmes aos assinantes, não ocorre. Repete-se nas diferentes telas digitais, a mesma hegemonia do cinema estadunidense que ocorre historicamente nas salas de cinema (Gomes, 1973, 85), avançando na eliminação de direitos do trabalho e autoria, que transforma produtores e profissionais em prestadores de serviços.

Em vista disso, investigo a natureza do streaming e como a Netflix se relaciona com o Brasil, onde tem a maior audiência depois dos Estados Unidos, em torno de 25 milhões de assinantes (Comscore, 2024)⁶, e o lugar que reservam aos filmes brasileiros, a porção historicamente mais frágil do audiovisual nacional e que vinha se encontrando com o público. Acompanhando produções comerciais⁷ desde 2001, que alcançavam ainda em 2017 bilheterias expressivas em obras que tinham - mesmo que de forma

⁴ Agência Nacional de Cinema.

⁵ Os critérios para emissão do Certificado de Produto Brasileiro (CPB) na MP 2.228-1, de 2001, e na Instrução Normativa ANCINE nº 104, de 2012, estabelecem que: “deve ser produzida por empresa produtora brasileira, registrada na ANCINE, constituída sob as leis brasileiras, com sede e administração no País, cuja maioria do capital total e votante seja de titularidade direta ou indireta, de brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 (dez) anos, os quais devem exercer de fato e de direito o poder decisório da empresa.” (ANCINE 2024, 9)

⁶ <https://www.mundoconectado.com.br/streaming/netflix-lidera-streaming-no-brasil-com-mais-de-50-milhoes-de-assinantes/>. Comscore <https://www.comscore.com/> é uma empresa americana que investiga a audiência das plataformas. É o que temos de mais confiável. Acesso em 22.5.2025

⁷ Conforme os critérios do Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual da Ancine em sua *Listagem de Filmes Brasileiros com mais de 500.000 Espectadores 1970 a 2024* <https://l1nk.dev/xIcvD> Acesso 17.5.2025

distante ou até em seus preconceitos - uma ligação com a realidade vivida (Schwarzman, 2018), se observa que havia em muitas delas a “partilha do sensível, o sistema de evidências sensíveis que revela, ao mesmo tempo, a existência de um *comum* e dos recortes que nele definem lugares e partes respectivas” (Rancière, 2009, 19). Os filmes mostravam desejos de ascensão social e as tensões desse processo de 16 anos de maior acesso à educação, cultura e bens de consumo de camadas pobres (Singer, 2012) o que incomodou as classes tradicionais, que se insurgiram. Dessa forma, havia nos filmes essa energia contraditória, “evidências sensíveis” (Rancière, 2009, *idem*), “um marcador de sua época” (De Baecque, 2007, 19)⁸ que os filmes do streaming, como vamos mostrar, estruturalmente não têm.

Interessa acompanhar essa produção - 34 filmes de longa-metragem realizados pela Netflix entre 2017 até 2024, e 20 filmes da Prime Video entre 2020 até fevereiro de 2025, na medida em que os filmes brasileiros não são sugeridos aos espectadores na página inicial das plataformas, lugar fundamental de indução do consumo com repercussões no mundo virtual e na audiência dos filmes. Segundo Felipe Lopes, da Vitrine Filmes, “Muita decisão é tomada quando você acessa o aplicativo, e você não quer pegar o controle remoto e ficar digitando o nome de um filme.” (apud SOUSA, 2022, p. 18).

A partir do levantamento do conteúdo e formas dos filmes, e de acordo com as políticas das corporações, observamos em que medida as orientações da plataforma com as exigências de internacionalização, a correção política, a diversidade de representação de gênero e racial mudaram os filmes brasileiros em relação às características de filmes de grande público já estudados (Schwarzman, 2018), refletindo a visão das plataformas. Obras que buscam mesclar o global ao local e introduzir na ficção brasileiras aspectos até então inéditos, o puritanismo entre outros, numa forma renovada de submissão e cultural.

Se instala, como vamos mostrar, um sistema de produção de filmes visível e desnecessariamente dispendiosos sem significado artístico ou estético embora muito cuidados, subvencionados pela exploração de criadores e profissionais regido pela recusa à regulação ancorada na suposta extraterritorialidade dos serviços *Over The Top*. Desenvolve-se o que o coreano Dal Yong Jin (2013, 2015, 2023) designou *Imperialismo de Plataforma*, estágio atual do capitalismo. Neste sistema, deter “os direitos de propriedade intelectual é a forma mais significativa de acumulação de capital na era digital” (JIN, 2013, p.145). Com isso, os recursos de produção, criação técnica, intelectual e artística dos países onde se instalam é explorado e rebaixado pela apropriação dos direitos patrimoniais de autoria de produtores, diretores, roteiristas (PRATA, 2023). Nessa operação, os dados das audiências que mobilizam - a riqueza contemporânea - são extraídos e capitalizados, reproduzindo e aprofundando incessantemente esse sistema de colonização cultural, econômica e ideológica (JIN, 2023) além do rebaixamento das condições de trabalho e de direitos autorais.

Sendo assim, tomando os filmes como produções culturais que resultam das “interações entre um texto e um contexto de produção e recepção”, conforme propõem Burch e Sellier (2009, 10), observo produções a partir de 2017, elencando seus conteúdos, formas e gêneros, chamando a atenção sobre a construção do que denominam o *glocal* – a mistura de aspectos globais e locais cara a Netflix – que se sobressaem na composição das narrativas, na distribuição e caracterização dos protagonistas, uso das paisagens e territórios, pensados nas configurações que as plataformas passam a impor

⁸ <https://journals.openedition.org/1895/1312#bodyftn8> (1895, 51.)

(Dal Yong Jin 2013,2015,2023). Dal Yong Jin, que estuda a economia política do audiovisual e analisa produções da Netflix na Coreia, bem como as consequências da introdução desse modelo de negócio que incide no tecido cultural social e cultural das obras, que refletem na constituição ou esvaziamento da esfera política, nos serve de referencial teórico.

“Trata-se”, como coloca o autor, “de entender o lugar que a cultura, a produção cultural, e os filmes do streaming, o entretenimento que é parte da cultura, têm na constituição do político, ou como ela é entendida (...) levando em conta que as plataformas de streaming são parte da forma atual do imperialismo, o imperialismo de plataforma” (Jin, 2023, 455)

a modalidade contemporânea de exploração da força de trabalho, da criação artística e colonização do imaginário, com vistas à mineração de dados dos usuários (2015, 2023). Qual o resultado disso nas telas brasileiras?

A partir do levantamento das produções observamos que:

- Entre 2017 a 2022 a Netflix procura criar conteúdo ‘glocal’, a mistura de global – voltado a uma suposta audiência de 190 países com os quais trabalham - e o local. Essa mesma tendência se verifica na Prime Video a partir de 2020, quando começa a produção de filmes no Brasil. Como o primeiro e significativo filme da Netflix no país, temos um glocal exemplar, um *western* no sertão de Pernambuco nos anos 1920 e os filmes de Natal.

- Desde meados de 2023 e 2024, com a diminuição da audiência mundial do streaming, as greves de roteiristas e atores nos EUA, e as mudanças políticas no Brasil após a eleição de 2022, a Netflix cria assinaturas mais baratas com anúncios, se aproxima das estratégias e da programação da TV e entra no ramo das novelas, além de pleitear a brasilidade em seus conteúdos, terreno que a TV Globo sempre teve como seu, forçando a reação do grupo nacional⁹. A Prime Video lança uma série de filmes em 2023, um filme em 2024 e, com menos produções no Brasil, configura-se como uma grande locadora de filmes e *hub* de assinaturas de estúdios americanos, e produtoras brasileiras. Elisabetta Zenatti, a CEO da empresa, quer aumentar a oferta de produtos nacionais diante da regulação que se desenha, sem mirar na exportação, aprofundando a disputa com a televisão¹⁰, pois a TV aberta ainda é a mídia mais acessada pelos brasileiros. Mudança de orientação que corteja os novos rumos políticos do país, e os embates pela regulação (Folha de S.P. 4.2.2024). Aqui temos uma comédia romântica na Amazônia, com indígenas participando do roteiro e plantando tomates do agronegócio.

- Em 2024, nas duas corporações em alguns filmes parecem chegar a uma melhor combinação entre os aspectos globais e locais, e nesse sentido, Cris D’Amato, diretora experiente nos filmes de grande bilheteria se destaca em meio a nomes que vão se firmando nessa área, como Bruno Garotti, tendo em mente que esses filmes *Originals* são realizados por produtoras brasileiras que entendem melhor ‘o modelo de negócio’ que orienta as plataformas: Camisa Listrada¹¹, Galeria Distribuidora¹² e a Panorâmica¹³, Glaz¹⁴, as mais frequentes. O melhor exemplo é a história de uma jovem que quer ir a

⁹ <https://gente.globo.com/texto-a-transformacao-do-mercado-audiovisual-brasileiro/> acesso em 17.5.2025

¹⁰ <https://gente.globo.com/texto-a-transformacao-do-mercado-audiovisual-brasileiro/> 8.5.2024. Acesso 22.3.2025

¹¹ <https://camisalistrada.com.br/>

¹² <https://www.galeriadistribuidora.com.br/>

¹³ <https://www.panoramica.tv/>

¹⁴ <https://glazentretenimento.com/>

Paris para cursar moda, e para isso, trabalha na seção de costura da Escola de Samba Portela.

São os filmes dessas plataformas norte-americanas e produtoras brasileiras – muito pouco estudados pela academia - os indicativos do que nos interessa investigar, já que, para além do algoritmo da corporação multinacional, está a bagagem do audiovisual brasileiro em sua relação com as diretivas do ‘modelo de negócio’ no Imperialismo de Plataforma.

Referências

ANCINE. **Panorama do Mercado de Vídeo por demanda no Brasil**, CGI/SRG. 2023 <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/publicacoes/arquivos.pdf/panorama-vod-2023-1.pdf>

Burch, N; Sellier, G. **Le cinema au prisme des rapports de sexe**, Paris, Vrin, 2009.

DAHL, Gustavo. A repolitização do Cinema Brasileiro. 2000. **Filme e Cultura** 55, 2011, p.32 a 37.

DE MARCHI, L., & LADEIRA, J.M. (2023). Originais Netflix: Um panorama da produção audiovisual da Netflix no Brasil 2016-2019. **Revista FAMECOS**, 30(1), e42989.

FRASER, N. Do neoliberalismo progressista a Trump – e além. **Política & Sociedade** - Florianópolis - Vol. 17 - Nº 40 - Set./Dez. de 2018

FERNANDES, M. R. (2022) The end of an era? The decrease of the EU influence in Ibero-American digital media policy discourses. International. **Journal of Cultural Policy** Volume 29, Issue 7 .

GOMES, P. E. **Cinema, uma trajetória no subdesenvolvimento**. São Paulo: Paz e Terra, 1974

ITHURBIDE, Christine; Rivron, Vassili. Industries culturelles et plateformes numériques dans les Suds : des reconfigurations sociales et spatiales en question IN **Les Cahiers d’Outre-Mer**, 2018, n° 277 <https://journals.openedition.org/com/8581> Acesso em 22.2.2025

JIN, Dal Yong. The Construction of Platform Imperialism in the Globalization Era. **Journal for a Global Sustainable Information Society**, v. 11, n.1 2013.

JIN, Dal Yong. **Digital Platforms, Imperialism and Political Culture**, Routledge, 2015.

JIN, Dal Yong Jin. Netflix’s effects on the Korean Wave. **Asian Journal of Communication**, 33:5, 452-469, 2023.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações**. Ed.UFRJ, 2015.

PRATA, Antonio. República das Bananas: a série. **Folha de São Paulo**, 18.3. 2023 <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/antoniprata/2023/03/republica-das-bananas-a-serie.shtml> Acesso em 14.6.2025

SINGER, A. (2012). **Os sentidos do lulismo**. São Paulo: Cia. das Letras.

SCHVARZMAN, Sheila O cinema brasileiro contemporâneo de grande bilheteria. In RAMOS, Fernão; SCHVARZMAN, S. (Ed.) **Nova História do Cinema Brasileiro** vol.2, p. 514 a 564. Sesc, 2018.