

Considerações teórico-metodológicas sobre a pesquisa de recepção de ficção seriada na Netflix¹

Carla Juliana Nunes Oelsner²

Liliane Dutra Brignol³

Universidade Federal de Santa Maria – UFSM

Resumo

Este trabalho propõe uma discussão teórico-metodológica sobre as práticas de recepção da ficção seriada na Netflix. O estudo é parte de pesquisa de mestrado em andamento, que tem como objetivo compreender a relação das pessoas não-heterossexuais com as séries LGBTQIA+ Originais Netflix com base nas mediações de Martín-Barbero (1997, 2004). Desse modo, toma-se como base as tecnicidades (Martín-Barbero, 2004) e as questões de plataformas e algoritmos (Bucher, 2018). A partir disso, apresenta-se uma proposta de procedimento metodológico para investigar como se configura a recepção nesse contexto e como se dão as percepções de sujeitos em interação com a Netflix.

Palavra-chave: estudos de recepção; Netflix; ficção seriada; mediações; sistemas de recomendação.

Introdução

Historicamente, os estudos de recepção se atualizaram para que pudessem abranger e analisar, teórica e metodologicamente, as diferentes mudanças tecnológicas pelas quais os meios de comunicação passaram e ainda passam. Atualmente, é inegável a relevância das plataformas com intensa coleta de dados e processamento algorítmico na investigação comunicacional, já que tais aspectos permeiam os modos como percebemos e interpretamos a mídia. No caso específico deste trabalho, reforça-se a relevância disso na recepção da ficção seriada em *streaming*.

O objetivo deste trabalho é discutir as lógicas de plataformas, principalmente a questão algorítmica e dos sistemas de recomendação, que perpassam a recepção da ficção seriada em *streaming* e propor uma experimentação metodológica para investigar esse objeto. O tema será explorado considerando o Sistema de Recomendação da Netflix, devido a sua centralidade para o funcionamento da companhia (Gomez-Uribe e Hunt, 2015; Pajkovic, 2022). A discussão faz parte de uma pesquisa de mestrado em andamento, na qual o objetivo é investigar como pessoas não-heterossexuais se

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 Mestranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (POSCOM-UFSM). E-mail: juliana.oelsner@acad.ufsm.br.

³ Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (POSCOM-UFSM), orientadora da pesquisa de mestrado. Doutora e mestre em Ciências da Comunicação (Unisinos). E-mail: liliane.brignol@ufsm.br.

relacionam com séries LGBTQIA+ Originais Netflix e como se dá o processo de recepção dessas produções tendo como base o quarto mapa das mediações (Martín-Barbero e Rincón, 2019) através das mediações narrativas, tecnicidades e identidades. Neste trabalho, o foco se dará na maneira como as tecnicidades se apresentam no caso da Netflix.

Assim, a primeira parte discute as tecnicidades a partir de Martín-Barbero (2004) e Carrijo e Escosteguy (2023); bem como reflete sobre a lógica de plataforma da Netflix. Na segunda parte, propõe-se pensar os algoritmos com base em Bucher (2018) e o sistema de recomendação da Netflix a partir de Gomez-Uribe e Hunt (2015) e Pajkovic (2022). Já a terceira traz uma proposta metodológica para a investigação da recepção em *streaming*, baseada na pesquisa de mestrado em andamento.

A Netflix pelo olhar das tecnicidades e dos estudos de plataformas

Ao refletir sobre a ficção seriada mediada pelo digital, Denson (2023) destaca que as operações em plataforma devem ser consideradas, pois modulam as subjetividades e coletividades. O autor ressalta que, hoje, além de ser perpassada pelos aspectos próprios da ficção seriada, a vida é também perpassada por desdobramentos do modelo de plataformas na produção, distribuição e recepção desses produtos.

Diante de um contexto como esse, aponta-se como Martín-Barbero (2004) compreende a tecnologia não só como instrumental, mas estrutural na comunicação. Por isso, trazer as tecnicidades para este trabalho é referir-se “ao que é da ordem da sedimentação dos saberes e da constituição de práticas” (Martín-Barbero, 2004, p. 235), não apenas ao que é da ordem do instrumento, sendo por isso considerada uma competência de linguagem. Mais do que entender as mudanças tecnológicas como fatores que impactam a vida de modo determinista, o autor compreende que novas maneiras de percepção e diferentes modos de ver se configuram e reconfiguram diante da presença da tecnologia cada vez mais como mediadora da sociedade.

Para Carrijo e Escosteguy (2023, p. 25), as tecnicidades tratam das dimensões relacionadas “à experiência e às habilidades desenvolvidas na prática pelos sujeitos em contato com as tecnologias” e a como funciona o capitalismo. As autoras entendem que elas possuem um papel na organização social contemporânea. Sendo marcada pelo

capitalismo e tendo esse papel organizador, Martín-Barbero (2018, p. 19) argumenta que a tecnologia medeia, hoje, “a transformação da sociedade em mercado”.

Pela perspectiva barberiana, é necessário um olhar que não seja otimista nem determinante, mas atento à tecnologia também pelo seu aspecto cultural, que é constituída e se constitui dentro de contextos sociais, históricos e econômicos. Como lembra o autor (Martín-Barbero, 2004, p. 198), “o que de novo trazem as ‘últimas’ tecnologias de comunicação tem que ser estudado em relação ao movimento do social e não só ao da inovação tecnológica”. Escosteguy e Carrijo (2023) reforçam que tal abordagem enfatiza a via de mão dupla da relação entre sujeitos, tecnologia e sociedade e como ela se constitui na dialética entre a técnica e a apropriação.

Diante de um objeto como a Netflix, considera-se o que Escosteguy e Carrijo (2023, p. 33) argumentam ao dizer que, pela constante atualização dos regimes de tecnicidades, é crucial considerar as especificidades do entorno tecnocomunicativo, sendo necessário diálogo com outras perspectivas. Para abarcar as tecnicidades em sua complexidade e dada a centralidade dos sistemas algorítmicos, esta discussão teórica perpassa, também, os estudos de plataformas.

Apesar da aproximação com essa área, ressalta-se que Poell, Nieborg e Duffy (2022, p. 6) defendem que companhias como a Netflix não devem ser categorizadas como plataformas. Para os autores, plataformas atuam como intermediárias entre consumidores, os usuários finais, e uma variedade de negócios. Por essa perspectiva, a Netflix é uma companhia de mídia, pois distribui conteúdo próprio ou licenciado sem a conexão de seus usuários a outros negócios. No entanto, compreende-se também a pertinência das elaborações teóricas sobre plataformas para discutir os contextos algorítmicos e de coleta de dados da Netflix, bem como a ideia de que elas organizam nossas vidas (Van Dijck; Poell; De Wall, 2018; D’Andrea, 2020).

Nesse contexto, as experiências são cada vez mais direcionadas por operações de plataformas que processam grandes volumes de dados através de algoritmos com o propósito de filtrar informações de acordo com perfis de usuários. Sérgio Silveira (2019) sugere que se entenda as plataformas não pela chave funcionalista de manipulação, mas pela da modulação. O autor observa que sistemas algorítmicos são parte do processo de modulação pois classificam informações e, para isso, as plataformas precisam conhecer seus usuários. Assim,

as plataformas conseguem estruturar processos de modulação, desenvolvidos para delimitar, influenciar e reconfigurar o comportamento dos interagentes na direção que os mantenha disponíveis e ativos na plataforma ou que os faça clicar e adquirir serviços, produtos e ideias negociados pelos donos do empreendimento (Silveira, 2019, p. 23-24).

Com base no argumento de Silveira, retorna-se ao que Martín-Barbero fala quando diz que a tecnologia é uma mediadora da transformação da sociedade em mercado. Embora ele fale do contexto midiático do final do século XX, compreende-se que a transformação da sociedade em mercado é, também, perceptível ao olhar para os mecanismos de coleta de dados, de perfilamento de usuários e de predição algorítmica utilizados com fins de retenção, como na Netflix.

O sistema de recomendações da Netflix (SRN)

Straubhaar *et al* (2021, p. 182) ressaltam que vários *streamings* usam a identificação algorítmica de suas audiências para sugestão de conteúdos, mas a Netflix foi a primeira a discutir tal mecanismo como essencial para suas operações. A centralidade do SRN é reconhecida pela própria empresa, inclusive através de artigos publicados por funcionários, como o de Gomez-Uribe e Hunt (2015). Os autores relatam que a personalização é um pilar chave para a “experiência Netflix” (Gomez-Uribe e Hunt, 2015, p. 2).

Segundo a Netflix, as recomendações são feitas a partir de fatores como: as interações com a plataforma (o que é assistido, as notas dadas aos títulos), o que outros assinantes com gostos similares assistem e, por último, informações sobre os títulos (gênero, elenco, ano de lançamento, etc.)⁴. Gomez-Uribe e Hunt (2015, p. 1-2) explicitam que um conjunto de algoritmos faz parte do SRN e cada um serve a um propósito específico. Eles são utilizados para que os usuários encontrem algo que prenda sua atenção em poucos minutos para, assim, evitar o abandono do serviço. Desse modo, o sistema de recomendação não é um mero conjunto de códigos neutros e técnicos, mas uma estratégia comercial de retenção de usuários para garantir que outros serviços não sejam usados ou evitar o cancelamento de assinaturas.

⁴ Artigo da Netflix, Como funciona o sistema de recomendações da Netflix, disponível em: <https://help.netflix.com/pt/node/100639>. Acesso em: 18 dez. 2024.

Bucher (2018) destaca que os algoritmos, ao filtrar, classificar, ordenar e sugerir conteúdos, trazem implicações para as maneiras de ser e estar no mundo, como vivemos nossas experiências. No seu entendimento, é necessário compreendê-los como dinâmicos e relacionais, implicando não apenas códigos, mas sujeitos, culturas, práticas, questões de propriedade, governança, entre outros. Por isso, a autora observa que eles podem ter significados diversos a depender de como são vistos.

Para Bucher (2018), algoritmos não devem ser analisados simplesmente pelo que eles *são*, já que isso requer uma visão estável e simplificada. Sua proposta é analisar o que ele *faz* e *quando* ele faz o que faz. Nesse ponto, a autora critica a metáfora da caixa preta, comum ao se falar de algoritmos, pois exprime a ideia de que são objetos de difícil conhecimento. Para a autora, tal metáfora está atrelada a uma ideia de transparência que, por vezes, retira o foco de outras possibilidades de conhecimento. Ela pontua que existem formas de entender os algoritmos que vão além de abrir a caixa preta e ler seu código (Bucher, 2018, p. 44). Assim, o que permitiria a compreensão de como algoritmos agem sobre o mundo é uma leitura que considere os diferentes atores envolvidos num sistema algorítmico e como eles estão posicionados, de modo que o algoritmo *se torna* algo e não *é* algo (Bucher, 2018, p. 50).

Pensando em como os algoritmos estruturam o uso da Netflix, Pajkovic (2022, p. 217) observa que toda a experiência de usuários na página inicial da companhia é gerada por eles. Em sua pesquisa, o autor utilizou um trabalho de engenharia reversa com a criação de três perfis de usuários com *personas* específicas e bem delimitadas, sendo elas: fã incondicional de esportes, romântico incurável e esnobe cultural⁵. Depois de duas semanas de uso, cada perfil já estava personalizado de acordo com suas características. Após o experimento, Pajkovic (2021, p. 224-225), constatou mudanças nas fileiras de recomendação, nas capas dos títulos e surgimento de categorias precisas para as *personas*. A partir dos dados de consumo e interação com a Netflix, o sistema ajustou, reorganizou e personalizou seu catálogo de acordo com os perfis.

É importante ressaltar que o estudo de Pajkovic foi realizado com *personas* delimitadas para ajudar a comparação, mas o gosto é muito menos delimitado e estável, de maneira que, muitas vezes, as três *personas* podem se sobrepor, por exemplo. Dentro da discussão sobre gosto e recomendações, Jenner (2018, p. 126) assinala que existe

⁵ Tradução livre de: die-hard sports fan, hopeless romantic e culture snob, respectivamente (Pajkovic, 2022).

uma limitação do algoritmo, que, ao se basear em dados de escolhas anteriores, desconsidera que o gosto pessoal é complexo e ocorre de maneiras que vão além do conhecimento algorítmico. No entanto, observa-se que a proposta de Pajkovic (2022) serve para reforçar o quanto a experiência Netflix é marcada pelos seus algoritmos.

Pistas para investigar a recepção em contextos de sistemas de recomendação

Como já assinalado, este trabalho faz parte de uma pesquisa de mestrado em andamento sobre a relação de pessoas não-heterossexuais com séries LGBTQIA+ Originais Netflix. Um dos conceitos centrais para pensar essa relação é o de heteronormatividade⁶. Por isso, embora compreenda-se que não se trata de um grupo homogêneo, o termo não-heterossexual é utilizado como forma de agrupar pessoas lésbicas, gays, bissexuais, pansexuais, já que o foco da investigação é a sexualidade.

A aproximação aos possíveis participantes foi feita com a publicação de um questionário *online* no Google Forms⁷. Tomou-se como base os critérios de seleção para sua elaboração: ser não-heterossexual, possuir perfil na Netflix e assistir a duas ou mais séries LGBTQIA+ Originais Netflix⁸. O questionário ficou disponível por 18 dias e obteve 24 respostas. Dessas, 14 pessoas se encaixaram nos critérios, afirmaram interesse em participar da pesquisa e deixaram seus e-mails e telefones. Assim, iniciou-se a etapa de contato com as pessoas, apresentando a pesquisa e explicando com mais detalhes como seria sua participação. É importante salientar que a participação será voluntária, anônima e contará com termo de consentimento livre esclarecido.

Para alcançar os objetivos, a etapa empírica da pesquisa foi dividida em duas fases: de entrevista semiestruturada e de entrevista em interação com a Netflix. Aqui, o foco está na segunda fase por se tratar do procedimento metodológico escolhido para inferir sobre as técnicas (Martín-Barbero, 2004).

O ponto de partida para a elaboração do procedimento foi a noção de que técnicas se referem ao que é das práticas e usos e reconfiguram percepções. Dada a centralidade do SRN, ele foi estabelecido como o principal aspecto a ser observado. O

⁶ Michael Warner e Lauren Berlant (2002) caracterizam a heteronormatividade como estruturas de conhecimento que tornam a heterossexualidade privilegiada. Diz menos sobre normas dentro de uma doutrina específica e mais sobre o senso de adequação de práticas e instituições que se produz em expressões contraditórias.

⁷ O questionário foi divulgado no grupo de WhatsApp Cinema LGBT e no grupo de Telegram Heartstopper Brasil, que a pesquisadora obteve acesso durante a etapa. Também foram divulgados por amigos e familiares entre suas redes pessoais e profissionais.

⁸ Foram listadas todas as séries da categoria numa pergunta de seleção múltipla. No total, foram 65 títulos listados.

segundo ponto foram as colocações de Carrijo (2024) sobre uma pesquisa sociocultural a partir de sistemas algorítmicos. A autora defende a relevância de procedimentos de escuta de sujeitos para que se possa alcançar e compreender seus universos e seus usos dos contextos sociotécnicos, em especial, de sistemas algorítmicos.

Nesse sentido, parte-se da proposta de Bucher (2018), de uma abordagem fenomenológica, na qual o intuito é entender como algoritmos são percebidos pelos sujeitos em situações específicas (Bucher, 2018). Em casos como esse, Bucher enfatiza que o conhecimento não está só na compreensão do código, mas dos usos e percepções dos sujeitos. Com base nisso, entende-se que, através das interações com o SRN, mesmo que as audiências não compreendam o funcionamento técnico, são capazes de elaborar significados sobre o sistema e sobre como se relacionam às suas experiências de assistência, de interação com a interface da Netflix e o consumo de séries.

Diante disso, a entrevista em interação com a Netflix abordará como os participantes percebem essa interação, as recomendações e o que aparece como personalizado em suas páginas. A proposta é um caminho metodológico experimental que busque aproximar o olhar às maneiras como entendem e percebem o SRN e suas perspectivas a respeito disso. O objetivo é pedir que os participantes mostrem páginas específicas de seus perfis dentro da Netflix para que discorram, principalmente, sobre os títulos recomendados e a organização do catálogo. Entre as páginas escolhidas para serem discutidas nesta fase, estão: a página inicial e a página Séries LGBTQIA+. A página inicial foi escolhida tendo como base o trabalho de Pajkovic (2022), já que através de seu experimento foi possível notar a dinamicidade das páginas iniciais dos usuários de acordo com as recomendações da Netflix. Já a página Séries LGBTQIA+ foi selecionada por ser o objeto do trabalho.

A escolha de incluir os participantes nessa etapa está relacionada à perspectiva de uma recepção ativa do pensamento barberiano e a abordagem de Bucher, mas também trata-se de uma perspectiva ética. Essa escolha permite falar *com* os participantes a respeito de suas interpretações, de seu papel ativo no consumo, e não *sobre* os participantes e seus processos. Compreende-se que a investigação seria outra caso fossem solicitadas capturas ou gravações de telas a serem analisadas posteriormente, sem as falas e o envolvimento dos participantes. No entanto, admite-se que essa escolha traz desafios para a coleta desses dados. Tratando-se de uma pesquisa em andamento,

isso está em desenvolvimento. Entre as alternativas, a principal é realizar as entrevistas online com compartilhamento de tela do dispositivo do participante para que possa ser gravado tanto a fala quanto as páginas da Netflix. Para entrevistas presenciais, seriam feitas gravações de tela e áudio a partir dos próprios dispositivos.

De modo a guiar a entrevista, elaborou-se um roteiro em três blocos. O primeiro será mais introdutório, voltado a entender os usos da interface da Netflix de maneira mais geral, com questões sobre quais funções utiliza (tais como Minha Lista, Títulos Semelhantes, busca etc.) e como as utiliza, quais abas acessa (Início, Séries, Filmes, Jogos etc.). O segundo bloco será voltado à página inicial e o terceiro, para a página de séries LGBTQIA+. Nos dois casos, serão abordados os seguintes temas: as fileiras de recomendação, títulos presentes nas fileiras, recomendações marcantes. Ao longo da entrevista, também será questionado se os sujeitos reconhecem motivações para as recomendações dos títulos e fileiras com o objetivo de entender suas interpretações.

Na primeira fase, a da entrevista semiestruturada, um dos temas a ser abordado é sobre as opiniões dos participantes sobre suas páginas e a personalização delas, que tipo de gêneros, categorias e títulos são mais sugeridos e se as recomendações se aproximam dos seus hábitos de consumo na Netflix. Esses temas serão abordados para que sejam comparados em relação à segunda etapa, de maneira a buscar pistas sobre as aproximações e/ou distanciamentos entre as impressões dos sujeitos e o que suas páginas mostram. Essa decisão foi tomada após o relato de Celina Bosch (informação verbal)⁹ sobre sua pesquisa a respeito da compreensão de algoritmos de personalização em plataformas. Bosch explica que o projeto contou com entrevistas que passavam pelas impressões dos participantes sobre os conteúdos exibidos nas suas redes sociais. Em etapa posterior, era solicitado que os participantes mostrassem suas redes sociais. Bosch destacou que havia uma divergência entre o que era relatado pelos participantes nas entrevistas e o que era exibido em suas páginas, o que apresenta uma diferença entre as percepções dos sujeitos sobre suas redes sociais e o que lhes é recomendado.

Outro aspecto relevante para se pensar é a quantidade de fileiras e títulos que serão passados durante a entrevista. De acordo com Gomez-Uribe e Hunt (2015), são aproximadamente 40 fileiras em cada página inicial. A maior parte delas possui 42

⁹ Professora na Universitat Autònoma de Barcelona. Informação obtida durante a conferência “Recepção de conteúdo em plataformas digitais: interação do público com sistemas de personalização baseados em algoritmos” na Universidade Federal de Santa Maria, em 3 de junho de 2025.

títulos sugeridos. Partindo disso, o intuito é passar por até 10 fileiras e pelos primeiros seis títulos de cada uma delas. Considera-se que abarcar as páginas por completo poderia se tornar massante e trazer poucas informações adicionais.

A respeito da análise do material coletado, a princípio, serão realizadas análises qualitativas interpretativas articulando as falas dos entrevistados ao que é exibido em seus perfis. Para isso, considera-se as observações de Kvale (1996) para buscar estruturas e relações que estão além do texto. Essas relações serão feitas com base na discussão teórica, sobretudo a proposta barberiana sobre tecnicidades e recepção midiática, que é a perspectiva central do trabalho. Mas a análise também será guiada pelos apontamentos de Bucher (2018) sobre as situações de encontros de sujeitos com algoritmos e de Pajkovic (2021) e Gomez-Uribe e Hunt (2015) sobre o SRN.

Considerações finais

Por se tratar de uma pesquisa em andamento, optou-se pela apresentação da proposta metodológica por ser uma elaboração experimental. O próximo passo é testar o procedimento e, a partir disso, avaliar sua pertinência na pesquisa e possibilidades de atualização para abarcar as necessidades do campo. As escolhas aqui apresentadas serão reavaliadas ao longo do andamento das entrevistas e avanço da pesquisa caso os dados obtidos não estejam condizente com a necessidade da investigação. Entretanto, ressalta-se a relevância de pensar em métodos que abarquem a complexidade das operações de plataformas e de sistemas algorítmicos na pesquisa de recepção, sobretudo, considerando o papel ativo das audiências na construção de sentidos sobre os algoritmos.

Considera-se necessário buscar maneiras para contornar as diferentes mudanças tecnológicas. Embora considere-se, também, os desafios de uma experimentação metodológica dessa natureza, como a possibilidade de recusa da participação por parte dos sujeitos, a dificuldade para capturar os dados e, até, a falta de outros estudos que sirvam de referência para basear a construção, aplicação e análise do procedimento.

Referências

BUCHER, T. **If . . . then**: algorithmic power and politics. Nova Iorque: Oxford Press University, 2018.

CARRIJO, A. J. de F.; ESCOSTEGUY, A. C. D. Rumo a uma abordagem sociocultural de tecnologias digitais: pistas a partir da tecnicidade. **Lumina**, [s.l.], v. 17, n. 3, p. 21–37, 2023. Disponível em: <<https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/41094>>. Acesso em: 17 jun. 2025.

CARRIJO, A. J. de F. SUJEITOS USUÁRIOS E ALGORITMOS DE RECOMENDAÇÃO: estratégias metodológicas em pesquisas nacionais. In: 33º ENCONTRO ANUAL DA COMPOS, 2024, Niterói. Anais eletrônicos..., Niterói, RJ: Galoá, 2024. Disponível em: <<https://proceedings.science/compos/compos-2024/trabalhos/sujeitos-usuarios-e-algoritmos-de-recomendacao-estrategias-metodologicas-em-pesq?lang=pt-br>> Acesso em: 18 Jun. 2025.

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

DENSON, S. The new seriality. **Qui Parle**, v. 32, n. 2, p. 301-339. Disponível em: <<https://read.dukeupress.edu/qui-parle/article-abstract/32/2/301/384136/The-New-Seriality?redirectedFrom=fulltext>>. Acesso em: 22 jun. 2025.

GOMEZ-URIBE, C. A.; HUNT, N. The Netflix Recommender System. **ACM Transactions on Management Information Systems**, v. 6, n. 4, p. 1-19, 14 jan. 2016. Disponível em: <<https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/2843948>>. Acesso em: 18 jun. 2025.

KVALE, Steinar. **InterViews: an introduction to qualitative research interviewing**. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996.

_____. **Ofício do cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

MARTÍN-BARBERO, J.; RINCÓN, O. Mapa insomne 2017: ensayos sobre el sensorium contemporáneo, un mapa para investigar la mutación cultural. In: JACKS, N.; SCHMITZ, D.; WOTTRICH, L. **Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural: diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero**. Quito: Ciespal, 2019.

PAJKOVIC, N. Algorithms and taste-making: Exposing the Netflix Recommender System's operational logics. **Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies**, [s.l.], v. 28, n.1, fev. 2022. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/13548565211014464>>. Acesso em: 07 dez. 2024.

POELL, T.; NIEBORG, D. B.; DUFFY, B. E. **Platforms and Cultural Production**. Cambridge: Polity Press, 2022.

STRAUBHAAR, J.; SANTILLANA, M.; JOYCE, V. de M. H.; DUARTE, L. G. Streaming Television, Netflix, and Transverse Transnationalism. In: _____. **From telenovelas to netflix: transnational, transverse television in latin america**. Cham, Suíça: Springer, 2021. E-book. Disponível em: <<https://content.e-bookshelf.de/media/reading/L-16602910-96bfa7459f.pdf>>. Acesso em: 5 abr. 2025.

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