



Diversidade e gramática transnacional na série brasileira De volta aos 15, da Netflix¹

Diversity and transnational grammar in the Brazilian Netflix series Back to 15

Natalia Engler Prudencio²

Resumo: O artigo analisa como a série brasileira De volta aos 15 (2022-2024) exemplifica a estratégia da Netflix de construir uma audiência transnacional mobilizando a noção de diversidade. Buscando metodologicamente nos apoiamos na proposta do “círculo da cultura” (DU GAY et al., 1997), analisamos a narrativa desenvolvida ao longo da série, comunicados de imprensa sobre ela e comentários deixados por usuários nos trailers das três temporadas. Assim, discutimos o modo como a “gramática transnacional” (JENNER, 2018) da plataforma, em De volta aos 15, enfatiza a diversidade de gênero e sexualidade, enquanto dilui marcadores culturais nacionais e evita discussões sobre classe e raça. Conclui-se que, embora haja uma instrumentalização comercialmente estratégica da diversidade, o quadro é ambivalente, pois a Netflix também contribui para colocar em circulação representações de identidades não normativas.

Palavras-Chave: Diversidade. Transnacionalismo. Netflix.

Abstract: The article analyzes how the Brazilian series Back to 15 (2022-2024) exemplifies Netflix's strategy for building a transnational audience by mobilizing the notion of diversity. We rely methodologically on the “circuit of culture” approach (DU GAY et al., 1997) to analyze the series' narrative, press releases about it, and user comments on the trailers for all three seasons. We discuss how the platform's “transnational grammar” (JENNER, 2018), in Back to 15, emphasizes gender and sexual diversity while diluting national cultural markers and avoiding discussions on class and race. The study concludes that, although diversity is strategically instrumentalized for commercial purposes, the scenario is ambivalent, as Netflix contributes to the circulation of non-normative identity representations.

Keywords: Diversity. Transnationalism. Netflix.

1. Introdução

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Cultura das Mídias. 34º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Paraná (UFPR). Curitiba - PR. 10 a 13 de junho de 2024.

² Jornalista graduada pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (PPGMPA ECA-USP) e doutoranda pelo PPGMPA ECA-USP. Integrante do Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas (MidiAto). Email: nataliapru@gmail.com. O presente trabalho foi realizado com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), Brasil. Processo nº 2024/10933-9.

Diante da emergência do tema da diversidade e de sua presença ubíqua no senso comum, este artigo tem por objetivo discutir, a partir da série *De volta aos 15* (2022-2024), como essa noção tem sido apropriada pela plataforma audiovisual global Netflix em sua estratégia de construção de uma audiência transnacional para suas produções. Essa discussão se insere no contexto de nossa pesquisa de doutorado, em que nos propomos a investigar os sentidos da noção de diversidade em sua circulação na cultura midiática, a partir da articulação entre o modo como plataformas audiovisuais globais (mais especificamente Netflix e Disney+) se apropriam dessa noção em seus materiais institucionais e produções e o modo como o público que consome tais materiais e produções se (re)apropria dessa noção.

A pesquisa parte de um contexto de intensificação das reivindicações de visibilidade midiática para identidades e diferenças por parte de grupos historicamente subalternizados e invisibilizados, os quais compreendem que, em uma sociedade altamente midiatizada, serem vistos e tornarem-se relevantes na cultura dominante é crucial para expandir seus direitos, porque altera o modo como suas identidades são social, política e culturalmente valorizadas (BANET-WEISER, 2018). Por outro lado, a elevação da diversidade a uma categoria intrinsecamente boa e inquestionável, adquirindo um valor universal como fator de unificação em um mundo globalizado interconectado, porém não homogêneo (ORTIZ, 2015; VICENTE; VENANZONI; SOARES, 2017), serve também a propósitos de empresas que buscam se posicionar em um mercado global ao mesmo tempo unificado pelas tecnologias de comunicação e ainda assim múltiplo, encarado como um conjunto diversificado de segmentos nos quais o consumo se faria, que podem ser trabalhados em sua especificidade e transnacionalidade (ORTIZ, 2015).

É o que se pode ver no modo como grandes empresas globais de mídia, como a Netflix, têm se apropriado da noção de diversidade como parte de uma estratégia para atingirem seus consumidores em um mercado global, sendo constante reconhecer a diversidade “como emblema discursivo em narrativas e formas de distribuição audiovisual, inclusive, como parte das identidades das companhias, produtoras e empresas” (VENANZONI, 2021, p. 213). Ou seja, retomando Ortiz (2015), grupos minoritários tornam-se “segmentos” transnacionais a serem trabalhados em sua especificidade e transnacionalidade por meio de discursos “universais” de diversidade.

Estratégias de segmentação transnacional têm se mostrado centrais para os novos modelos de televisão que emergem com a expansão e popularização de plataformas globais de

streaming (STRAUBHAAR et al., 2021), setor do qual a Netflix é líder, com mais de 300 milhões de assinantes no mundo todo³. Desse modo, podemos argumentar que “O surgimento de plataformas digitais em um mundo em conexão faz emergir [...] a diversidade como espaço de encontro em meios fluídos e desterritorializados” (VENANZONI, 2021, p. 213). Assim, as “identidades renovadas apresentadas por essas plataformas geram identificações e construções de mercados globais que parecem esquecer seus espaços territoriais” (VENANZONI, 2021, p. 213).

Estando a diversidade intrinsecamente ligada à questão das identidades e diferenças (SILVA, 2017) — e identificações, se quisermos utilizar um termo mais afeito às discussões recentes sobre a instabilidade e a fragmentação das identidades (HALL, 2017)⁴ —, torna-se relevante observar como os textos produzidos pela Netflix constroem identificações “diversas” nessa relação entre global/local. É nesse sentido que escolhemos analisar o modo como a diversidade é ação em *De volta aos 15* (2022-2024), uma série original Netflix produzida no Brasil. Como buscaremos argumentar, *De volta aos 15* nos parece exemplificar alguns dos pontos centrais do modo como a Netflix se apropria da noção de diversidade para estratificar seu público transnacionalmente diante de um mercado globalizado, buscando facilitar sua expansão ao ligar sua marca a valores cosmopolitas — reconhecimento, igualdade, direitos, valorização do outro, multiculturalismo, cidadania, pluralismo, democracia —, que, como aponta Ortiz (2015), são encapsulados pela diversidade quando esta assume um valor universal.

Em termos metodológicos, buscamos proceder a partir de Hall (2003), que concebe o processo comunicativo como um circuito, “uma estrutura produzida e sustentada por meio da articulação de momentos distintos, mas interligados — produção, circulação, distribuição/consumo, reprodução” (HALL, 2003, p. 387), que podem ser isolados para fins analíticos, mas que não têm caráter autossuficiente. É nesse sentido que Du Gay et al. (1997) propõem o circuito da cultura como um protocolo que busca ampliar e colocar em ação a proposta teórica de Hall para integrar na análise os diversos momentos do processo

³ Ver “Top Streaming Services by Subscribers”, *Flixpatrol*, n.d. Disponível em: <https://flixpatrol.com/streaming-services/subscribers/>. Acesso em: 15 fev. 2025.

⁴ Ao refletir sobre a pertinência do conceito de identidade diante de uma completa desconstrução das perspectivas identitárias em uma variedade de áreas disciplinares, Hall aponta a identificação como forma de se pensar a identidade como “uma construção, como um processo [discursivo] nunca completado”: “Embora tenha suas condições determinadas de existência, o que inclui os recursos materiais e simbólicos exigidos para sustentá-la, a identificação é, ao fim e ao cabo, condicional; ela está, ao fim e ao cabo, alojada na contingência. Uma vez assegurada, ela não anulará a diferença. A fusão total entre o ‘mesmo’ e o ‘outro’ que ela sugere é, na verdade, uma fantasia de incorporação” (HALL, 2017, p. 106).

comunicativo onde os sentidos são produzidos: Produção (os procedimentos para criar o artefato/produto, mas também as narrativas associadas à invenção desses produtos), Consumo (como as pessoas se apropriam e atribuem sentidos aos artefatos após sua circulação no mercado), Representação (a associação de significações a um determinado artefato/produto, no interior dos discursos por meio dos quais podemos saber e dizer sobre a realidade), Identidade (exame das representações e de como os atores sociais se relacionam com as identificações que elas oferecem) e Regulação (as pressões econômicas, de grupos, instituições, estruturas de poder que regulam a esfera da cultura, mas também o modo como a cultura faz incidir normas e classificações).

Embora não seja possível dar conta em profundidade de todas essas dimensões no espaço deste artigo, buscamos seguir a orientação de Johnson et al. (2004 *apud* ESCOSTEGUY, 2009) de que é preciso manter uma “consciência teórica” dos vários momento do circuito no desenho de nossa análise, ainda que a pesquisa não permita ou não exija que se investigue cada momento.

Portanto, iniciamos pela caracterização das estratégias adotadas pela Netflix para ampliar seu mercado de forma global, entre elas a estratégia da diversidade, à qual nos dedicamos mais longamente na sequência, e analisamos a série *De volta aos 15* à luz dessas estratégias, buscando compreender a construção de identificações diversas sob esse jogo entre global e local.

2. A gramática transnacional da Netflix

Em primeiro lugar, é preciso salientar que o uso que a Netflix faz da diversidade aponta para dilemas colocados décadas antes pelo processo de globalização. Na visão de Ortiz (2015), no processo de globalização emerge um mundo integrado, mas que não se homogeneíza. Nesse contexto em que temos a necessidade de buscar respostas consensuais para problemas comuns, mas as grandes teorias e narrativas totalizantes e universalizantes do passado perderam força em face justamente da valorização das diferenças, a diversidade cultural passa também a ser valorizada como um traço essencial das sociedades humanas, e “as qualidades positivas, antes atribuídas ao universal, deslocam-se para o ‘pluralismo’ da diversidade” (ORTIZ, 2015, pos. 5). Por outro lado, na perspectiva do mercado, segundo Ortiz (2015), o mundo passa a ser encarado como um conjunto diversificado de segmentos nos quais o consumo se faria,

desvinculados de territórios nacionais ou regionais, sendo esses segmentos compreendidos como compartimentos afins, que podem ser trabalhados em suas especificidades e transnacionalidades.

No setor específico ao qual pertencem as plataformas audiovisuais globais como a Netflix, o que se observa é uma multiplicidade estratificada de fluxos audiovisuais, em que o consumo de TV nacional convive com o de conteúdo transnacional via *streaming*, com comportamentos que variam segundo classe social, local etc., em um jogo complexo que precisa equilibrar a preferência dos públicos locais por produções e gêneros nacionais e regionais com a necessidade de expansão global (STRAUBHAAR et al., 2021).

É nesse sentido que a Netflix vem expandindo seus investimentos em produção de conteúdos fora dos Estados Unidos, inclusive na América Latina, sobretudo de filmes e séries de gêneros narrativos que possam fazer sucesso localmente, mas que tenham potencial de aderência em públicos estrangeiros (PENNER; STRAUBHAAR, 2020). Ao mesmo tempo, observa-se o caráter fundamentalmente transnacional dessas produções originais da Netflix, que não são desenvolvidas para públicos nacionais e então exportadas, mas sim têm um público global em mente desde o início (JENNER, 2018).

Essa estratégia heterogênea é chamada por Jenner de “gramática do transnacionalismo”: “características textuais específicas que tornam textos viáveis em uma relação recíproca que cruza fronteiras” entre diferentes localidades (JENNER, 2018, p. 220), relação esta que seria intensificada pelos processos de midiatização e globalização. É nesse sentido que, segundo Jenner (2018), os originais Netflix incluem, independentemente de onde foram produzidos, pelo menos um elemento da gramática transnacional: gêneros narrativos reconhecíveis globalmente; uma versão da história que se apoia fortemente no pós-modernismo (despolitizando as tramas e as afastando das complexidades do contexto retratado, referenciando-se mais à história da cultura midiática que à realidade histórica); ênfase na estética; apelo a um humanismo progressista que se reporta a sistemas de valor ocidentais que se pretendem “universais”; multilinguismo e negociação das línguas de tradução de maneira a levar em conta a diversidade dos níveis de habilidade e das preferências culturais; tudo isso dentro de um paradigma de *quality TV* (como ficaram conhecidos nos Estados Unidos dramas ou produções de humor mais “refinado”, produzidos inicialmente pela TV a cabo, distinguindo-se da TV aberta).

Nesta primeira parte do texto, analisaremos *De volta aos 15* em relação aos elementos que marcam essa gramática de transnacionalismo. *De volta aos 15* é uma série original Netflix com três temporadas, lançadas em 2022, 2023 e 2024, baseada nos livros da escritora Bruna Vieira e produzida pela Glaz Entretenimento, que se apresenta como empresa responsável por filmes que “foram campeões de bilheteria no cinema ou ficaram no Top 10 dos serviços de streaming não só no Brasil, mas em vários países do mundo”⁵. A intenção de promover a série para além do público brasileiro pode ser vista, por exemplo, na escalação da protagonista Maisa para apresentar em 2023 o Tudum — evento para fãs transmitido mundialmente, realizado em São Paulo — ao lado de astros de outras séries para adolescentes: Chase Stokes (*Outer Banks*) e Maitreyi Ramakrishnan (*Eu Nunca...*)⁶. Segundo a Netflix, em sua semana de estreia, a segunda temporada da produção ocupou a sexta posição no “Top 10” global de séries de língua não inglesa mais assistidas na plataforma⁷.

Por outro lado, a intenção de atrair o público local pode ser observada, por exemplo, na escolha do elenco. A ex-atriz-mirim Maisa, que interpreta Anita, é conhecida pela apresentação de programas do SBT e pela refilmagem da novela infantil *Carrossel* (2012-2013). Além dela, o elenco conta com outros jovens atores bastante conhecidos do público brasileiro — João Guilherme, filho do cantor Leonardo, Klara Kastanho e Larissa Manoela, ambas também conhecidas por produções infantojuvenis —, e participações especiais do comediante Gregório Duvivier, da cineasta e apresentadora Marina Person (que também dirige um episódio da segunda temporada e dois da terceira) e do youtuber Guilherme Terreri, conhecido como a *drag queen* Rita von Hunty.

Na trama, Anita (Camila Queiroz na versão adulta) é uma mulher de trinta anos insatisfeita com sua vida atual em 2021, que ao acessar sua conta numa antiga rede social de fotos chamada Floguinho, volta aos quinze anos, em 2006, na pequena cidade de Imperatriz, ao que considera o pior dia de sua vida. Ali, ela resolve tentar consertar sua própria vida e a de seus amigos, impactando o presente de diferentes formas a cada viagem no tempo, muitas vezes de forma negativa. Em sua página na plataforma da Netflix⁸, o gênero da série é classificado

⁵ Ver https://about.netflix.com/pt_br/news/season-2-of-back-to-15-comes-to-netflix-july-5. Acesso em: 14 fev. 2025.

⁶ Ver <https://www.youtube.com/watch?v=KIO-FHnuWn0>. Acesso em: 14 fev. 2025.

⁷ Ver https://about.netflix.com/pt_br/news/back-to-15-has-been-renewed-for-a-third-season-but-theres-a-system-failure. Acesso em: 14 fev. 2025.

⁸ Ver <https://www.netflix.com/title/81295007>. Acesso em: 14 fev. 2025.

como “séries dramáticas”, “brasileiros”, “séries baseadas em livros”, “séries teen”, “comédias para a TV”. Também recebe o rótulo de “Cenas e momentos: Nostálgico, Comovente”.

Retomando a gramática transnacional da Netflix proposta por Jenner (2018), é possível identificar que *De volta aos 15* apresenta de forma marcante vários dos elementos que, segundo a autora, caracterizam essa estratégia. Em termos de gêneros narrativos reconhecíveis globalmente, a série se apoia nas convenções das narrativas de viagem no tempo, mais especificamente a viagem no tempo em que apenas a consciência do personagem viaja, instalando-se em seu corpo mais velho ou mais jovem. A referência mais explícita é o filme *De repente 30* (2004), protagonizado por Jennifer Garner, em que, em seu aniversário de treze anos, a protagonista faz um pedido para ser adulta e acorda com trinta anos de idade. Essa referência é amplamente reconhecida nos comentários feitos pelo público ao primeiro trailer de *De volta aos 15*⁹, que dividem-se entre negativos, no sentido de que a série seria uma cópia, e positivos, com a conotação de que deve ser uma produção interessante por ser semelhante a um filme considerado bom.

Outro gênero narrativo acionado por *De volta aos 15* é a comédia romântica, sobretudo a partir da segunda temporada, em que Anita passa a se dividir romanticamente entre dois garotos. Esse gênero também é reconhecido pelo público, cuja maior parte dos comentários nos trailers das temporadas dois e três¹⁰ diz respeito a com quem a personagem deveria ficar. Por fim, a série se apoia nas convenções de filmes e séries para adolescentes e, nesse sentido, o faz a partir de um paradigma que Jenner (2018) nomeia de *quality TV* (termo usado comumente para se referir a dramas sobre temas sérios ou produções de humor mais “refinado” produzidos inicialmente pela TV a cabo, distinguindo-se da “menor qualidade” da TV aberta), reatualizando o gênero a partir da abordagem de temas relacionados à diversidade. Pela presença de jovens atores brasileiros que se consagraram em produções para o público adolescente e infantil — e que são amplamente reconhecidos nos comentários aos trailers da série —, pode-se dizer também que a série acena para as especificidades desse gênero na TV brasileira, cuja representante mais notável talvez seja a série *Malhação* (Globo, 1995-2020), buscando, porém, distinguir-se dessa tradição pelo tratamento mais progressista sobretudo de temas relacionados a gênero e sexualidade, algo que a TV aberta ainda hesita em fazer.

⁹ Ver <https://youtu.be/WLaFr5eem2o>. Acesso em: 14 fev. 2025.

¹⁰ Ver <https://youtu.be/YVRYL3de3ZM>; <https://youtu.be/d6rQv71QNDE>. Acesso em: 14 fev. 2025.

Seguindo o raciocínio de Jenner (2018), é possível identificar que *De volta aos 15* usa esses gêneros como forma de se esquivar do tratamento das complexidades do momento histórico retratado, despolitizando a narrativa em favor de uma trama mais voltada ao “pessoal”. Muitas das observações que a autora faz sobre a série estadunidense *Stranger Things* também se aplicam à produção brasileira: “os elementos de fantasia permitem que a série evite discutir a política doméstica ou internacional” do passado da personagem (nas duas primeiras temporadas, a viagem no tempo é para 2006; na terceira, para 2009) e do início dos anos 2020 (como a pandemia de covid-19, que ainda estava em curso em 2021, o “presente” da trama, e inclusive interrompeu as gravações), e “ainda oferecem uma oportunidade para uma política de gênero revisionista” (JENNER, 2018, p. 228). Em *De volta aos 15*, isso se dá pela total ausência de menções ao que se passa no país nos anos retratados em termos sociais, políticos e econômicos, e Anita é uma protagonista empoderada nos termos atuais do que significa empoderamento feminino, sendo que o recurso da viagem no tempo permite que ela se mova no mundo dessa maneira mesmo em anos em que não se falava amplamente em feminismo, empoderamento, relações tóxicas e sororidade, alguns dos temas encenados na série.

Trata-se, seguindo a visão de Jenner, de um texto pós-moderno, que se apoia em significantes visuais do passado, sobretudo de tecnologia — no caso de *De volta aos 15*, CDs, iPods, internet discada, fitas VHS, tamagotchis, fotologs, computadores de tubo, celulares de flip ou “tijolo” — sem que eles estejam de fato ancorados no mundo real. Na verdade, podemos dizer que a série utiliza “a cultura popular como pontos de referência significativos, usando com frequência, portanto, signos sem referentes fora do mundo da cultura popular” (JENNER, 2018, p. 229) nacional e global, materializada na tecnologia que os personagens usam, na trilha sonora, nas roupas, na intertextualidade com outras produções por meio de citações diretas (a novela *teen* mexicana *Rebelde*, a série de livros *Crepúsculo*, memes como o vídeo viral “Tapa na pantera”), mas também indiretas, por meio do gênero, que remete a filmes como *De repente 30*, como já citado, *Efeito borboleta* (2004) e *De volta para o futuro 2* (1989), cuja trama é emulada em um episódio da segunda temporada, algo que os próprios personagens apontam. Podemos associar a isso a ênfase que a Netflix coloca no aspecto nostálgico da série, citado como “tag” na página da produção na plataforma, mas muito reforçado nos comunicados de imprensa sobre a terceira temporada, que se referem à nostalgia como “aquele ingrediente

especial que não pode faltar nesta saga”¹¹. A nostalgia também é elemento reconhecido pelo público que deixou inúmeros comentários no trailer da primeira temporada ressaltando o uso da música “Admirável chip novo”, da cantora Pitty¹².

Nesse aspecto, é relevante notar também a intensa presença de significantes visuais que trazem reminiscências muito mais das narrativas similares estadunidenses do que da vida cotidiana brasileira ou mesmo das narrativas audiovisuais brasileiras, sobretudo no que tange o ambiente escolar e, posteriormente, universitário em que se desenrola a trama. Cenas de corredores com armários de metal onde os personagens se cruzam e interagem; forte presença de esporte no ambiente escolar; trote em calouros do Ensino Médio; personagens que se locomovem majoritariamente de bicicleta por bairros arborizados; casas com quartos em sótãos com telhado inclinado; universidade localizada em uma pequena e pacata cidade interiorana; festas em repúblicas com “drinking games” são marcas discursivas de um imaginário audiovisual predominantemente estadunidense, dos filmes e séries de *high school* e de ambiente universitário, pouco presentes na vida cotidiana de adolescentes brasileiros e nas representações dessa vida na TV nacional.

Sem adotar propriamente o mesmo vocabulário, Rios, Meimardis e Mazur (2024) discutem a ambiguidade dessa estratégia transnacional da Netflix, que ao mesmo tempo cria um ambiente diversificado para histórias e profissionais que não tinham espaço nos meios nacionais tradicionais, mas reacende tensões entre interesses estrangeiros e locais, sobretudo em relação à construção de significados sobre o Brasil e sobre a identidade brasileira que estão sendo apresentados ao mundo, retirando “das produções audiovisuais brasileiras sua distintividade cultural” ao impor à indústria audiovisual local a cadeia de produção e a linguagem televisiva estadunidenses (RIOS; MEIMARIDIS; MAZUR, 2024, p. 3).

Além de discutir o modo como a plataforma explora gêneros narrativos e paisagens que têm ocupado espaço limitado na TV brasileira, os autores identificam na abordagem da Netflix para retratar o Brasil um compromisso com três perspectivas distintas de globalização: exotismo cultural específico, “em que elementos culturais e localizados exclusivamente do

¹¹ Ver, por exemplo, https://about.netflix.com/pt_br/news/larissa-manoela-joins-the-cast-of-back-to-15-for-the-third-and-final-season. Acesso em: 14 fev. 2025.

¹² A título de curiosidade, a canção foi lançada em 2003, não em 2006, ano em que se passa a trama. Há outras inconsistências do tipo — vídeo VHS quando os DVDs já haviam se popularizado, os tamagotchis que fizeram sucesso no fim dos anos 1990, a apresentação das coreografias de “Tô nem aí”, da cantora Luka, lançada em 2003, e de “Ragatanga”, música do grupo Rouge de 2002 — que parecem indicar um apelo nostálgico a um público um pouco mais velho do que a protagonista.

Brasil servem para cativar um público interessado em perspectivas exotizadas do país”; estereótipo internacional, “que envolve o reforço intencional de facetas globalmente reconhecidas e associadas ao Brasil”; e neutralização universalista, “em que a estrutura narrativa é concebida para ser universalmente acessível, aderindo aos modelos de reconhecimento ocidentais (em particular, estadunidenses)” (RIOS; MEIMARIDIS; MAZUR, 2024, p. 12). Entre essas três perspectivas, a terceira é a que mais nos interessa aqui, por se aplicar ao que estamos discutindo em relação a *De volta aos 15*. Segundo os autores, “a neutralização a partir de um ideal ocidental de universalidade, em especial, molda as produções ficcionais da plataforma desenvolvidas no Mundo Majoritário” (RIOS; MEIMARIDIS; MAZUR, 2024, p. 12), sendo que esse modelo “é concebido para ser geograficamente intercambiável, garantindo a compreensão sem esforço num espírito de culturas globalizadas” (RIOS; MEIMARIDIS; MAZUR, 2024, p. 12).

Nos parece ser exatamente esse o caso quando tratamos da forte presença de marcas discursivas referentes à cultura midiática estadunidense em *De volta aos 15*, mas também em relação à desterritorialização das representações a partir da ambientação em uma cidade fictícia genérica do interior de Minas Gerais, que, por exemplo, remete muitas vezes à cidade do interior da Inglaterra em que se passa a série original Netflix britânica *Sex Education* (2019-2023), com arquitetura e paisagens pitorescas, mas sem uma identidade específica. Causa estranhamento para um público acostumado às cidades fictícias cheias de personalidade das novelas da TV Globo, como a Greenville de *A indomada* (1997). Mesmo as cenas que se passam em uma cidade real, São Paulo, dizem pouco sobre o modo de vida local. Ainda que se mostre pontos reconhecíveis, como o Minhocão e a Galeria do Rock, São Paulo representa apenas uma cidade grande genérica, de pessoas de mente aberta e maiores possibilidades de se ser quem se é, com a função de oferecer um contraste à vida na cidade interiorana.

O público não parece passar alheio a essas questões, que são refletidas em alguns comentários pontuais encontrados nos trailers da série. Nesse sentido, encontramos nos trailers da primeira e da segunda temporadas¹³ comentários como:

- @wagnerborges5177 (primeira temporada): “Filme brasileiro que não se parece com o Brasil, bem vindo a cultura”.

¹³ Ver <https://youtu.be/WLaFr5eem2o>; <https://youtu.be/YVRYL3de3ZM>. Acesso em: 14 fev. 2025.

• @Itupity01 (segunda temporada): “eu gostei demais do trailer, a unica coisa que eu não achei legal foi o fato de ter algumas coisas no trailer que parece ser de filme ou serie americano, pode ser coisa da minha cabeça mas pelo eu vi não parece coisa da minha cabeça não”.

• @hellstarvevo (segunda temporada): “mas isso é desde a primeira temporada kkk é bem americanizadinha mesmo, mas é ótima”.

Vale por fim mencionar que a perspectiva de uma neutralização universalista se liga às problemáticas da diversidade quanto esta passa a assumir um valor universal em um mundo globalizado (ORTIZ, 2015), o que se relaciona com um último elemento da gramática transnacional da Netflix caracterizada por Jenner (2018) e reconhecível em *De volta aos 15*: o apelo a um humanismo progressista que se reporta a sistemas de valores ocidentais que se pretendem “universais”. Exploraremos este ponto mais a fundo na próxima seção.

3. A estratégia de diversidade da Netflix

A partir da análise de oitocentos comunicados de imprensa divulgados pela Netflix, Asmar, Raats e Audenhove (2023) destacam que a ênfase na diversidade (à qual denominam “estratégia da diversidade”) é um aparato-chave para a expansão transnacional da plataforma, servindo de justificativa para a diversificação de conteúdo e para atrair públicos mais amplos. Assim como Jenner (2018), os autores argumentam que, para garantir a circulação e recepção transnacional de suas produções, a Netflix apela a ideais de liberalismo, democracia e diversidade em seu conteúdo e na promoção dele, valores indicativos de uma cultura global, os quais representariam “um conjunto de normas compartilhadas que não apenas ressoam através (da maioria) das culturas, mas também se relacionam com as experiências (da maior parte) dos espectadores individualmente” (ASMAR; RAATS; AUDENHOVE, 2023, p. 26). Vale lembrar mais uma vez que a própria diversidade encapsula esses ideais e normas quando assume um valor universal e se torna um emblema de um mundo globalizado (Ortiz, 2015).

Em sua análise, Asmar, Raats e Audenhove (2023, p. 29-30) identificam cinco dimensões do que a Netflix entende por diversidade, que frequentemente se sobrepõem no modo como a plataforma aciona esse emblema em sua comunicação corporativa:

a) diversidade racial e étnica: ênfase na representação global de comunidades marginalizadas, com investimentos em entidades locais para promover diversidade na indústria televisiva ao redor do mundo;

b) diversidade de gênero: ênfase na representação de mulheres em frente e atrás das câmeras, com investimentos e colaborações com movimentos sociais e organizações supranacionais;

c) diversidade sexual: inclusão em frente e atrás das câmeras de personagens e protagonistas LGBTQIA+ fortes, além da promoção de discussões explícitas sobre sexualidade e consentimento, sobretudo voltadas para o público jovem;

d) diversidade de idade: desenvolvimento e promoção de jovens talentos ao redor do mundo, sobretudo roteiristas e diretores;

e) diversidade linguística: investimentos em conteúdos produzidos fora dos Estados Unidos e em dublagem e legendagem.

Em relação a *De volta aos 15*, além, obviamente, da dimensão da diversidade linguística, podemos observar mais fortemente as dimensões da diversidade de gênero e sexual. Em termos de representação atrás das câmeras, os comunicados de imprensa referentes aos três anos da série¹⁴ apresentam uma ficha técnica formada majoritariamente por mulheres brancas, sobretudo na primeira temporada, em que há apenas um homem na equipe, entre produção, direção e roteiro. A partir da segunda temporada, passam a integrar a equipe duas pessoas pretas: a roteirista e diretora Gautier Lee (que também se identifica como não binária) e o assistente de roteiro André Hanks. A segunda temporada contou ainda com consultoria de Luh Mazza, considerada a primeira roteirista trans da televisão brasileira¹⁵. Embora esse fato não seja mencionado nos comunicados de imprensa, denota uma preocupação com a representação do processo de transição de gênero de uma das personagens.

A forte presença feminina na equipe parece ter relação com a temática da narrativa, que se apoia fortemente em questões relacionadas à noção de empoderamento feminino. Como já mencionado, o dispositivo da viagem no tempo permite que se retrate essas questões em termos muito menos alinhados com a época em que se passa a narrativa do que com as políticas de representação dos feminismos midiáticos atuais. Em nossa dissertação de mestrado (PRUDENCIO, 2021), caracterizamos esses feminismos midiáticos como a intersecção entre feminismos e cultura midiática, que articula uma nova subjetividade feminista contemporânea

¹⁴ Ver https://about.netflix.com/pt_br/news/maisa-breaks-virtual-read-table-of-de-volta-aos-15-the-new-netflix-dramedy; https://about.netflix.com/pt_br/news/season-2-of-back-to-15-comes-to-netflix-july-5; https://about.netflix.com/pt_br/news/get-ready-for-a-final-trip-back-in-time-poster-and-new-images-released-for. Acesso em: 14 de fev. 2025.

¹⁵ Ver <https://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoas/67022-luh-maza>. Acesso em: 14 fev. 2025.

em torno a “um conjunto de valores que devem ser corporificados por aquelas que desejam ‘parecer’ feministas: em resumo, um autoempoderamento a partir de investimentos na própria confiança para se tornar capaz de superar individualmente as desigualdades estruturais” (PRUDENCIO, 2021, p. 205).

São centrais para essa noção a questão da visibilidade — elemento da subjetividade contemporânea, em que ser visto é condição para a existência — e do empoderamento, compreendido como um ideal de autorresponsabilidade e autoempreendedorismo voltado para a “superação individual de certas opressões, mascarando os modos como políticas materiais — leis, economia, política — tentam tirar das mulheres e meninas o controle sobre seus corpos” (PRUDENCIO, 2021, p. 31) e frequentemente invisibilizando as diferenças entre as mulheres.

São esses discursos, que somente se popularizariam quase uma década mais tarde, que vemos Anita enunciar e corporificar desde o início da trama. Ao retornar aos seus 15 anos, em 2006, com a consciência dos trinta anos, ela se sente empoderada para enfrentar o *bullying* que sofreu no primeiro dia de aula do Ensino Médio, quando veteranos se juntaram em uma rodinha para humilhar calouros. Anita enfrenta os *bullies* se dizendo indiferente ao que pensam dela, e devolve a agressão com comentários mordazes sobre o futuro nada promissor deles — que ela já conhece. Essa ação individual, que se repete em outras situações, inspira outras personagens a se empoderarem e desenvolverem sua autoestima. Essa temática se repete, por exemplo, quando Anita tenta evitar que sua prima, Carol (Klara Kastanho), se envolva em um relacionamento tóxico com o *bad boy* da cidade, ou que sua irmã se resigne a ser a princesinha da cidade em vez de nutrir suas próprias aspirações. Na terceira temporada, em que a protagonista revisita sua vida universitária em 2009, o empoderamento aparece aliado à sororidade, outra palavra de ordem mais popular na segunda metade dos anos 2010, na subtrama em que Anita e suas amigas apoiam uma colega que havia sido vítima de vazamento de fotos íntimas e estava sendo chantageada. Vale apontar que essa colega, Jéssica (Emira Sophia), é uma mulher negra e lésbica, mas a intersecção entre gênero e raça não é explorada no desenrolar dessa subtrama.

A representação de empoderamento também atravessa toda a narrativa por meio da representação de Anita como uma menina/mulher forte, com aspirações profissionais, que valoriza as amizades com outras mulheres e determinada a ter o controle da própria vida, ainda que em uma chave individualista e de autorresponsabilidade, que não coloca em questão dimensões estruturais mais amplas das desigualdades de gênero. No entanto, a partir da

segunda temporada, o envolvimento romântico heterossexual passa a ocupar progressivamente mais espaço na trama, apoiando-se em convenções da comédia romântica como o triângulo amoroso, o que recoloca em alguma medida o amor romântico heterossexual como elemento central da experiência feminina. No entanto, esse é um aspecto que parece gerar grande identificação no público, a julgar pelos comentários deixados nos trailers da segunda e terceira temporadas¹⁶, majoritariamente voltados a manifestar preferência por um dos dois possíveis pares da protagonista ou discutir com quem ela deveria ficar.

Em termos de diversidade sexual, a narrativa busca tratar com muita naturalidade a homossexualidade feminina, que apenas está presente na trama sem ser colocada em questão ou gerar discussões entre personagens. Por exemplo, Bruna (Dora Freind) é introduzida lamentando o fim do relacionamento com outra garota, e Luiza (Amanda Azevedo), irmã da protagonista, passa a se relacionar com mulheres em determinado momento, e isso não se torna alvo de comentários na diegese — nem positivos nem negativos. A homossexualidade masculina, por outro lado, é representada como mais problemática por meio do personagem Léo (Pedro Ottoni), que hesita em se envolver romanticamente com outro garoto por medo do julgamento externo e sofre *bullying* a partir de questionamentos sobre sua sexualidade. Na terceira temporada, ela também aparece dessa forma menos naturalizada em um jogo em que os personagens têm que beijar uma pessoa sorteada: as meninas trocam selinhos com naturalidade, enquanto os meninos hesitam, fazem cara de nojo e são alvos de risadas.

No entanto, no aspecto da diversidade sexual e de gênero, a personagem mais representativa é César/Camila (Nila na versão jovem e Alice Marcone na versão adulta, ambas atrizes transexuais). *De volta aos 15* encena todo o processo de autodescoberta e transição de Camila, apresentada incialmente como um garoto gay que adota uma apresentação mais feminilizada e aos poucos passa a experimentar com uma identidade feminina, sobretudo a partir da segunda temporada, depois de uma viagem a São Paulo em que conhece uma mulher trans e vai a uma festa LGBTQIA+. Ao final da temporada, ela já se apresenta como menina, algo que é aceito quase sem conflitos pelas pessoas em seu entorno. Há apenas uma professora, já anteriormente caracterizada como conservadora e moralista, que repreende a personagem quando ela aparece vestida como garota, e o irmão e o pai de Camila a questionam de forma muito breve, que é justificada como manifestação de um senso de proteção em relação a como

¹⁶ Ver <https://youtu.be/YVRYL3de3ZM>; <https://youtu.be/d6rQv71QNDE>. Acesso em: 14 fev. 2025.

o mundo irá tratá-la, que é logo transformado em apoio. Vale notar que, nos livros que inspiraram a série, Camila só existe quando Anita tem trinta anos, e como uma mulher cisgênero¹⁷, o que demonstra uma intenção deliberada da produção da série de introduzir a representação da transgeneridade na adolescência entre as temáticas centrais, reforçando a dimensão da promoção de discussões explícitas sobre sexualidade voltadas para o público jovem.

A abordagem dessa questão se alinha a uma das estratégias que Asmar, Raats e Audenhove (2023) apontam serem empregadas pela Netflix em sua publicização da diversidade: a estratégia da representação, que busca mostrar o comprometimento da Netflix com seu público a partir da narrativa de que há na plataforma uma história para cada gosto, identidade e personalidade, vendendo o serviço como sendo para todos, independentemente das diferenças culturais. Segundo os autores, essa estratégia é mais voltada para o público jovem e busca promover a programação da Netflix como via para esses espectadores negociarem seu caminho por entre as complexidades da sociedade. Essa estratégia pode ser notada de forma explícita em uma cena da segunda temporada em que Camila enfrenta a professora que a recrimina por vestir-se como mulher dizendo: “Essa é a nossa vez de descobrir quem nós somos. É pra isso que serve a adolescência”. Esse aspecto também é reforçado em diversos comunicados de imprensa sobre a série, que a apresentam como uma “jornada de autodescoberta e amadurecimento”¹⁸.

É relevante notar que a estratégia de representação empregada pela Netflix para afirmar que oferece conteúdos para cada e qualquer pessoa é apoiada por uma profunda segmentação transnacional dos usuários por meio da coleta massiva de dados sobre hábitos de consumo e preferência dos indivíduos em diferentes culturas. O sistema da Netflix conta com mais de dois mil clusters de preferências que medem o conteúdo segundo seu tom, timbre e sentimento, e permitem que a plataforma se direcione a seus usuários segundo suas preferências de gêneros narrativos em vez de a partir de fronteiras culturais tradicionais, oferecendo um sistema de recomendação de natureza altamente individualizada (STRAUBHAAR et al., 2021).

Jenner (2018) adverte também que o sistema de tagueamento da Netflix se utiliza claramente de classificações identitárias para inferir identificações e preferências dos

¹⁷ Ver https://about.netflix.com/pt_br/news/new-video-goes-behind-the-scenes-of-back-to-15-starring-maisa-and-camila. Acesso em 14 fev. 2025.

¹⁸ Ver, por exemplo, https://about.netflix.com/pt_br/news/maisa-breaks-virtual-read-table-de-volta-aos-15-the-new-netflix-dramedy. Acesso em 14 fev. 2025.

espectadores, incluindo *tags* de todas as identidades não normativas, como “protagonista feminina forte”. Assim, segundo a autora, a Netflix articula apenas as identidades codificadas culturalmente por meio da diferença, aquelas consideradas “não normativas”. Portanto, trata-se de “um algoritmo de recomendação e sistema de tagueamento altamente influenciado por suposições culturais”, que “coloca o branco, masculino, sem deficiência, de meia-idade, classe média e heterossexual como ‘a norma’, enquanto todas as outras pessoas são ‘diversas’” (JENNER, 2018, p. 176). Por outro lado, seria exatamente esse marketing de nicho ligado ao sistema de tagueamento que permitiria que a Netflix crie mundos diegéticos não normativos. No entanto, segundo a autora, é preciso atentar para o fato de que isso pode negar aos espectadores a possibilidade de serem expostos a conteúdos que não se encaixem em suas preferências já estabelecidas, o que “sugere que as diegeses não normativas da Netflix são apenas promovidas para consumidores que já abraçam a diversidade, realçando ainda mais os problemas de diversidade e preferência em uma cultura algorítmica” (JENNER, 2018, p. 176).

Nesse sentido, é interessante notar a reação do público no espaço diferenciado do YouTube, ainda regido por algoritmos, mas não pelo sistema de recomendação da Netflix, o que, em potencial, poderia levar os conteúdos para além dos públicos já mapeados pela plataforma. Assim, identificamos nos comentários deixados nos trailers das três temporadas de *De volta aos 15* que a mobilização da temática da diversidade por parte da série é notada (ainda que a própria empresa não a enfatize explicitamente em seus comunicados de imprensa), embora de forma mais pontual em meio a um predomínio de comentários genericamente positivos, e divide opiniões: há críticas à suposta “lacração”, bem como há sinalizações menos numerosas de identificação com essas representações. Alguns exemplos:

- @Wolneihdbr (primeira temporada): “Quantas lacradas o Netflix conseguiu com esse filme? Por estes tipos de filme que desfiz minha assinatura...”
- @linolica (primeira temporada): “Eu diria que é o Efeito Borboleta brasileiro. Gostei. Muito lindinho. Parabéns. Assisti os 6 episódios num único dia eheheh... E inserir temática lgbtqia+ foi sensacional. Parabéns!!! Maisa arrasouuuuu, lindaaa”.
- @zayfiw8044 (segunda temporada): “Em resumo, 99% dessa temporada foi focada em "representatividade", parabéns em Netflix, nota dó.”
- @FernandaLima-se1xi (terceira temporada): “[...] Essa tá na minha top das tops e eu sou uma mulher adulta e lésbica, então a Anita do passado do presente traz tanta riqueza coisas

que só quem viveu sabe desde a tecnologia, roupagem, músicas, amizade tudooo que tudoooo parabéns a todos é pra todo mundo assistir e se apaixonar mesmo de verdade”.

Vale notar, por fim, que enquanto as representações de gênero e sexualidade ganham destaque na série, ainda que alinhadas a um ideal individualista de empoderamento, questões raciais e de classe são obliteradas, talvez por serem mais localmente específicas e mais difíceis de traduzir para um público transnacional. Ao longo das três temporadas de *De volta aos 15*, todos os personagens parecem pertencer à mesma classe social, apesar de estudarem em uma escola e universidade públicas: uma classe média um tanto genérica, em que os personagens moram em casas bonitas e confortáveis, ainda que demonstrem pontualmente preocupações financeiras. Chama atenção, por exemplo, na caracterização da família de Anita, que mora em uma espaçosa casa com piscina, a ausência da figura da empregada doméstica, tão presente tanto nessa fatia da sociedade brasileira quanto nas representações audiovisuais dela, mas bastante incomum nas representações de famílias de classe média estadunidenses ou europeias. Esse aspecto é notado em um comentário ao trailer da primeira temporada, em que o usuário identificado como @aestheticpotato2349 aponta: “Mais um clichêzinho. Sério, não tem um pobre nesse filme! São muito poucos (ou inexistentes) os filmes adolescentes brasileiros que dá pra se identificar...”.

A questão racial é ainda mais escamoteada em uma espécie de pós-racialismo: há personagens negros de destaque — como Henrique (Caio Cabral), um dos melhores amigos de Anita e candidato a par romântico na primeira temporada, Fagulha (Lucas Deluti, namorado de Camila) e Jéssica (Emira Sophia) —, mas as complexidades das relações raciais nunca são tematizadas. No Brasil de *De volta aos 15*, o racismo e as desigualdades raciais não parecem existir, e os personagens parecem não enxergar cor.

Uma explicação plausível está na especificidade da formação das relações raciais no Brasil, pautada em discursos institucionais e normativos de democracia racial e mestiçagem, que se distancia das políticas oficiais de segregação estadunidenses, mas mantém invisíveis as desigualdades e opressões (FIGUEIREDO, 2020). Outra diferença fundamental em relação ao contexto racial estadunidense está na relevância que as categorias de cor assumem em nosso país, associadas a uma escala classificatória baseada no fenótipo racial, fazendo com que as identificações raciais não sejam tão fixas ou binárias como nos Estados Unidos, onde é a ascendência que prevalece na classificação racial (FIGUEIREDO, 2020). Essas especificidades tornam as relações raciais locais mais difíceis de serem traduzidas e gerarem identificações em

um público transnacional cultivado por uma cultura audiovisual majoritariamente ancorada na cultura estadunidense, tornando a diversidade oferecida por *De volta aos 15* uma diversidade de gênero e sexualidade branca, de classe média e mais identificada com a cultura midiática e a sociedade estadunidenses — ou com uma cultura cosmopolita global que se apoia fortemente na cultura estadunidense — do que com a cultura midiática e a sociedade brasileiras.

4. Considerações finais

As características e sobretudo as contradições observadas em nossa análise de como *De volta aos 15* se encaixa na gramática transnacional e na estratégia de diversidade da Netflix nos levam a concordar com a observação de Jenner (2018) de que a globalização não oblitera a diferença em favor da homogeneização, mas constrói e organiza a diferença de modos uniformes. Esse modo de organizar a diferença, por sua vez, segundo a autora, reporta a um sistema de referência global de valores (como democracia, direitos humanos ou feminismo) que não deixam de ser problemáticos e não significam as mesmas coisas em todos os lugares, mas que marcam a cultura ocidental, que procura impô-los ao resto do mundo por meio de instituições como a ONU.

Retomando a proposta do circuito da cultura (DU GAY et al., 1997), podemos afirmar que a gramática transnacional da Netflix, enquanto procedimento de produção que também cria narrativas sobre a invenção de suas séries e filmes (no caso, narrativas de diversidade), produz em *De volta aos 15* representações que apontam para a uniformização da diferença. Esta uniformização pode ser observada no modo como a série constrói uma identificação “diversa” desterritorializada, deslocada das especificidades do contexto local, apoiada em um empoderamento feminino (sobretudo cisgênero, mas também transgênero) individualista, de sexualidades variadas (embora a heterossexualidade ganhe destaque por meio da protagonista), branca (no sentido de que há personagens negras, mas não há representação de relações raciais) e de classe média (no sentido de que não há representação de desigualdades de classe). Trata-se de uma representação bastante limitada de diversidade, e que, no modo como é codificada pelo sistema de recomendação da plataforma, ainda trata como não normativas as identificações que divergem do branco, masculino, sem deficiência, de meia-idade, classe média e heterossexual. Em termos de regulação, vemos as representações articuladas pelas produções da Netflix tanto incorporarem as normas e classificações hegemônicas quanto trabalharem para reforçá-las em alguma medida.

Cabe-nos, então, questionar a quem pode servir essa uniformização da diferença a partir de sistemas de valores supostamente universais (na verdade, ocidentais, quando não estadunidenses). É evidente que, no modo como a diversidade é mobilizada nas estratégias da Netflix, ao menos a partir do que pudemos observar em relação à bibliografia consultada e à análise de *De volta aos 15*, não parece haver um objetivo de evidenciar o modo como as diferenças são ativamente produzidas por meio do discurso e estão intrinsecamente ligadas às relações de poder e às operações de diferenciação, hierarquização, exclusão e normalização, coadunando o alerta de Silva (2017) de que, sob um multiculturalismo que apela para a tolerância e o respeito às diferenças, a ideia de diversidade tende a naturalizar, cristalizar e essencializar as identidades e diferenças, deixando-se de questionar as relações de poder e os processos de diferenciação que as produzem.

O objetivo é, ao contrário, legitimar as práticas comerciais da plataforma em um cenário em que a diversidade se tornou fator unificador em um mundo globalizado. Desse modo, plataformas de *streaming* como a Netflix tornam ser global parte de sua marca, pedindo que consumidores e outros integrantes da indústria a vejam como representante de uma forma benevolente de globalização, caracterizada por ideias cosmopolitas progressistas de conexão internacional e intercultural, e buscando legitimar seus negócios globais e suas práticas como humanistas e cosmopolitas em vez de “sem rosto, matemáticos e predatórios” (ELKINS, 2019, p. 377 *apud* STRAUBHAAR et al., 2021, p. 180).

No entanto, trata-se de uma questão ambivalente, não sendo tão simples apenas condenar o uso que a empresa faz da diversidade em sua estratégia de expansão transnacional. Em primeiro lugar, ainda que altere as lógicas industriais locais e a própria essência cultural das produções com sua prática de demandar conteúdo localizado, mas que se adeque a modelos tidos como “universais”, a Netflix oferece aos produtores locais um palco global e novas possibilidades de narrativas e formatos que não encontram espaço em uma mídia local voltada a públicos amplos e, por isso, mais cautelosa em abordar temáticas relativas a identidades não normativas.

Em segundo lugar, pelo que pudemos observar em nossa análise dos comentários deixados por usuários nos trailers de *De volta aos 15*, a recepção das representações e das identificações que elas incitam não é uniforme nem adere por completo aos objetivos e intensões dos produtores. Gledhill (1999) aponta, a partir de reflexões desenvolvidas por Hall, que a recepção é uma instância radical de negociações, uma prática social que introduz na troca

cultural uma série de determinações que surgem das diferentes constituições do público em termos de classe, gênero, raça, idade, história pessoal etc. Como pudemos ver, ao menos parte dos usuários que assistiram aos trailers de *De volta aos 15* conseguiram identificar elementos da gramática transnacional da Netflix, posicionando-se de forma crítica. Além disso, também reagiram ao conteúdo a partir de identificações que lhes fazem sentido, tanto rejeitando identificações diversas quanto manifestando sentimentos de validação de sua própria identidade “diversa” a partir do consumo da série, indicando que há, potencialmente, algum valor emancipatório nas representações midiáticas de identidades não hegemônicas.

Referências

- ASMAR, A.; RAATS, T.; AUDENHOVE, L. V.. Streaming difference(s): Netflix and the branding of diversity. **Critical Studies in Television, /S. l./**, v. 18, n. 1, p. 24-40, 2023.
- BANET-WEISER, Sarah. **Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny**. Durham e Londres: Duke University Press, 2018. *E-book*.
- DU GAY, P. et al. **Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman**. Londres: Sage e The Open University, 1997.
- ESCOSTEGUY, Ana C. D. Quando a recepção já não alcança: os sentidos circulam entre a produção e a recepção. **E-Compós**, v. 12, n. 1, 2009.
- FIGUEIREDO, Ângela. Carta de uma ex-mulata a Judith Butler. In HOLLANDA, Heloisa B. de (org.). **Pensamento feminista hoje: perspectivas decoloniais**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2020. p. 241-258.
- GLEDHILL, Christine. Pleasurable Negotiations. In: THORNHAM, Sue (org.). **Feminist Film Theory: A Reader**. Edimburgo: Edinburgh University Press, 1999. p. 166-178.
- HALL, Stuart. Quem precisa da identidade? In: SILVA, Tomaz T. da (org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2017. p. 103-133.
- JENNER, Mareike. **Netflix and the Re-invention of Television**. Cham: Springer International Publishing, 2018.
- ORTIZ, Renato. **Universalismo e diversidade**. São Paulo: Boitempo, 2015. *E-book*.
- PENNER, T. A.; STRAUBHAAR, J. Títulos originais e licenciados com exclusividade no catálogo brasileiro da Netflix: um mapeamento dos países produtores. **MATRIZes**, v. 14, n. 1, p. 125-149, 2020.
- PRUDENCIO, Natalia E. **Os limites dos feminismos midiáticos: Mulher-Maravilha e uma nova subjetividade feminista contemporânea**. 2021. Dissertação (Mestrado em Meios e Processos Audiovisuais) — Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.
- RIOS, D.; MEIMARIDIS, M.; MAZUR, D. À sombra da dominância: produção audiovisual nacional à moda Netflix. **Intexto**, n. 56, 2024.
- SILVA, Tomaz T. da. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz T. da (org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2017. p. 73-102.
- STRAUBHAAR, J. et al. **From Telenovelas to Netflix: Transnational, Transverse Television in Latin America**. Cham: Palgrave Macmillan, 2021.
- VENANZONI, Thiago S. Diversidade em plataformas globais de distribuição. **Revista GEMInIS**, v. 12, n. 1, p. 212-226, 2021.



34º Encontro Anual da Compós 2025

Diversidade de vozes e políticas afirmativas na Comunicação

Universidade Federal do Paraná (UFPR) | Curitiba/PR

10 a 13 de Junho de 2025

compós

VICENTE, E.; VENANZONI, T. S.; SOARES, Rosana de L.. Renato Ortiz: tecido da escrita, teia da memória.
MATRIZes, v. 11, n. 3, p. 91-112, 2017.

