



Artigo – Dossiê

O Audiovisual Brasileiro e as Políticas Públicas

**(Des)conexões possíveis:
o caso da parceria da *Filmes de Plástico* com a *Netflix***

**(Des)conexiones posibles:
el caso de la asociación de *Filmes de Plástico* con *Netflix***

**Possible (dis)connections:
the case of *Filmes de Plástico* partnership with *Netflix***

Sheila Schvarzman^IUniversidade Anhembi Morumbi, São Paulo, SP, Brasil
<https://orcid.org/0000-0003-1593-4925>Lia Bahia Cesario^{II}Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ, Brasil
<https://orcid.org/0009-0001-2028-2426>

Resumo: O anúncio de um novo filme da produtora *Filmes de Plástico* em parceria com a *Netflix* (Carneiro, 2024), em meio ao debate sobre a regulação do vídeo sob demanda (VOD) no Brasil, gerou surpresa e questionamentos. À primeira vista, as trajetórias da produtora cinematográfica mineira e da plataforma multinacional parecem divergentes. Este trabalho analisa o significado desse encontro, que explicita o projeto político da *Netflix* ao buscar se afirmar como agente relevante para o audiovisual e a cultura brasileira — estratégia já aplicada em outros países para conter demandas por regulação e garantir sua posição hegemônica. A análise se desenvolve em duas frentes. De um lado, examina a trajetória de 15 anos da *Filmes de Plástico* marcada por obras de forte enraizamento local e reconhecimento internacional. De outro, investiga o interesse da *Netflix* nessa associação e os possíveis caminhos para o cinema brasileiro, que combinam oportunidades de visibilidade e circulação com riscos de subordinação às lógicas de mercado e de fragilização da autonomia cultural. Tomando como referencial os estudos de Fernandes e Alborno (2023) sobre a atuação da *Netflix* na Espanha e no México, bem como análises do papel das plataformas no audiovisual mundial, com Dal Young Jin (2013, 2023), o trabalho discute como a parceria pode funcionar como parte das estratégias de cooptação, com repercussões para as políticas públicas e para a dinâmica contemporânea do cinema brasileiro. Em última instância, indaga-se se tal colaboração não antecipa um redesenho do audiovisual nacional sob a lógica das plataformas globais.

Palavras-chave: Cinema brasileiro contemporâneo; *Filmes de Plástico*; *Netflix*; Política pública.





Resumen: El anuncio de una nueva película de la productora brasileña *Filmes de Plástico* en asociación con *Netflix*, en el contexto del debate sobre la regulación del video bajo demanda (VOD) en Brasil, generó sorpresa y cuestionamientos. A primera vista, las trayectorias de la productora local y de la plataforma internacional parecen divergentes. Este estudio analiza el significado de esta colaboración, destacando la estrategia política de *Netflix* para posicionarse como un agente relevante en la producción audiovisual y la cultura brasileña, estrategia ya implementada en otros países para reducir presiones regulatorias y consolidar su posición hegemónica. El análisis se desarrolla en dos ejes. Por un lado, examina los 15 años de trayectoria de *Filmes de Plástico* caracterizados por producciones con fuerte arraigo local y reconocimiento internacional. Por otro, investiga el interés de *Netflix* en esta asociación y las posibles implicaciones para el cine brasileño, que combinan oportunidades de visibilidad y expansión de audiencias con riesgos de subordinación a las lógicas de mercado y debilitamiento de la autonomía cultural. Tomando como referencia los estudios de Fernandes y Albornoz sobre la actividad de *Netflix* en España y México, así como investigaciones sobre el papel de las plataformas digitales en la producción audiovisual mundial con Dal Young Jin (2013, 2023), el trabajo analiza cómo esta asociación puede funcionar como una estrategia de cooptación, con repercusiones para las políticas públicas y la dinámica del cine contemporáneo brasileño. En última instancia, se cuestiona si esta colaboración anticipa un rediseño de la producción audiovisual nacional bajo la lógica de las plataformas globales.

Palabras clave: Cine brasileño contemporáneo; *Filmes de Plástico*; *Netflix*; Políticas Públicas.

Abstract: The announcement of a new film by the production company *Filmes de Plástico*, in partnership with *Netflix*, amid ongoing debates concerning the regulation of video-on-demand (VOD) services in Brazil, has generated both surprise and critical inquiry. At first glance, the trajectories of the Minas Gerais-based production company and the global streaming platform appear to diverge. This study examines the significance of this encounter, which illuminates *Netflix*'s broader political project to consolidate its position as a key actor in Brazilian audiovisual production and cultural spheres — a strategy previously deployed in other national contexts to counter regulatory pressures and maintain hegemonic dominance. The analysis develops along two complementary lines. First, it explores *Filmes de Plástico*'s fifteen-year trajectory, characterized by films deeply rooted in local realities yet recognized internationally. Second, it investigates *Netflix*'s motivations for engaging in this partnership and considers the possible implications for Brazilian cinema — where opportunities for visibility and circulation coexist with risks of subordination to market-driven logics and the weakening of cultural autonomy. Drawing upon Fernandes and Albornoz's (2023) studies on *Netflix*'s operations in Spain and Mexico, as well as Dal Yong Jin's (2013, 2023) analyses of platform capitalism and the global audiovisual sector, this paper argues that the partnership may operate as a strategy of co-optation, with consequences for public policy and for the contemporary configuration of Brazilian cinema. Ultimately, it questions whether this collaboration prefigures a reconfiguration of the national audiovisual landscape according to the logic of global streaming platforms.

Keywords: Contemporary Brazilian cinema; *Filmes de Plástico*; *Netflix*; Public policies.

Introdução

A reordenação da geopolítica econômica e cultural do cinema e do audiovisual, com fortes agenciamentos dos Estados Unidos, vem ocorrendo desde os anos 2000, e se estrutura a partir da abundância de obras, excesso de telas, novas formas de circulação e relações de poder. As plataformas de vídeo sob demanda (VOD), em especial com a pandemia da Covid-19, acionaram mudanças políticas, econômicas, culturais no cinema e audiovisual brasileiro e geram questionamentos teóricos e conceituais.

Nesse sentido, o ano de 2025 é significativo, pois marca a inflexão das ações



da *Netflix* para constituir publicamente a imagem de seu engajamento e da sua relevante contribuição à cultura e ao cinema brasileiro. Se já havia oferecido prêmios de aquisição e distribuição a vencedores nacionais da *Mostra de Cinema Internacional*, desde 2023 (Di Lorenzo, 2023), em 2025 essas ações se intensificaram na mesma medida em que vêm se intensificando as discussões sobre a regulação das plataformas de *streaming* no país. Essas ações, como já mostraram Fernandes e Albornoz (2023), fazem parte de um elenco de medidas políticas já implementadas em países ibero-americanos (Espanha, México), obtendo o esperado sucesso, ou seja, garantir o arrefecimento das demandas em prol da regulação, mitigando seu alcance e fragmentando os interesses da corporação audiovisual brasileira (Autran, 2013).

O debate sobre a regulação do vídeo sob demanda (VOD) não é novo e ganhou, ao longo dos anos, diversos contornos. Desde o segundo governo de Dilma Rousseff (2014-2016), a matéria entrou na pauta da política pública e, a partir de 2017, dois Projetos de Leis (PL 8889 de 2017 e o PL 2331 - Senado, de 2022) foram redigidos e modificados significativamente (um da Câmara e outro do Senado Federal). Com o golpe parlamentar de 2016 e posterior governo Jair Bolsonaro, esta discussão ficou adormecida aguardando um ambiente político possível, o que se deu no terceiro mandato do Presidente Luiz Inácio Lula da Silva, a partir de 2023, favorável ao direito à cultura brasileira, permitindo a agentes do campo do audiovisual retomar a urgência da regulação do VOD.

Seguindo o modelo europeu, os PLs se basearam, principalmente, em três grandes pontos: Percentual de pagamento mínimo de Condecine; Cota de obras nacionais no catálogo das plataformas e Proeminência das obras brasileiras disponíveis nos catálogos. Estes eixos são demandas do setor que estão presentes nos PLs apresentados, com diferentes alíquotas e direcionamentos, uns mais alinhados com as grandes plataformas e outros menos.

Diante dos diversos avanços e muitos recuos dos PLs, no que diz respeito à soberania do audiovisual brasileiro de 2017 até 2025, foram redigidas diversas cartas e manifestos assinados por agentes do setor. A carta-manifesto intitulada *Soberania em xeque: cinema brasileiro exige ação imediata contra risco de destruição na regulação do streaming* pede: 1. Mínimo de 6% de Condecine, sendo 12% o correto, conforme moção do Conselho Superior de Cinema; 2. Cota de 20% de obras nacionais no catálogo das plataformas; 3. Proeminência adequada das obras brasileiras disponíveis nos catálogos; 4. Destinação prioritária e majoritária dos recursos ao Fundo Setorial do Audiovisual e Abatimento de Condecine, via investimento direto das plataformas,



exclusivamente dedicado à produção independente brasileira (Medeiros, 2025).

Há, portanto, um movimento importante, com diferentes correlações de força e atuações, no campo audiovisual brasileiro para a regulação do VOD no país. Não cabe aqui fazer uma análise detalhada dos PLs e das disputas políticas (que são muitas, inclusive internas ao setor) que cercam esta agenda. Em contrapartida, pode-se destacar que nenhum PL aponta a transparência e soberania de dados como eixo central e estruturante da regulação. Por outro lado, os produtores envolvidos não podem falar sobre os processos das obras realizadas em parceria com as grandes plataformas já que o sigilo está estipulado em cláusula contratual¹. Portanto, continuaremos no escuro em relação a uma política de dados e indicadores do VOD no Brasil, medida fundamental para construção e avaliação das políticas públicas (ainda que haja regulação). Sabemos que os dados são um dos grandes ativos das plataformas e da economia contemporânea.

Dessa forma, a ausência de dados é constitutiva do modelo de negócio das grandes plataformas assim como das *Big Techs*, que negam inclusive informações sobre os dados que colhem de sua audiência, e motivo de litígios judiciais pelo mundo (Koningveld; Reijneveld, 2024), o que se torna um dado metodológico para as pesquisas acadêmicas. Isso contudo, não impede, ao contrário, nos impõe a investigação de como esses atores se relacionam com os rumos do cinema brasileiro contemporâneo. É neste sentido que a parceria da *Filmes de Plástico*, produtora de Contagem (MG), com a *Netflix* chama a atenção, tornando relevante a sua investigação.

A produtora mineira foi criada em 2009, a partir de projeto de alcance cultural e social que previa a inclusão de sujeitos históricos ausentes ou invisibilizados no campo cinematográfico brasileiro e gerou transformações de toda ordem (Bahia, 2023). Com propostas originais e distantes dos agentes tradicionais, esses atores sociais acrescentam novos posicionamentos para o direcionamento das políticas públicas para o cinema, afetando narrativas e estéticas. Em 2025 se associam à *Netflix* para produzir um novo longa-metragem, *Vicentina pede desculpas* (Carneiro, 2024).

Em vista desse quadro procuramos compreender a conjunção, à primeira vista inesperada, entre a maior plataforma estadunidense de *streaming*, e de maior audiência no Brasil com 25 milhões de assinantes (Vaquer, 2025), e a *Filmes de Plástico*. Trata-se de uma tática de diferenciação cultural e social (Bourdieu, 2007) da *Netflix*, como vamos analisar aqui, por outro lado aponta para a busca de caminhos possíveis para o cinema

¹ Todos aqueles a quem procuramos ao longo de pesquisas sobre o *Streaming* desde 2022, inclusive a *Filmes de Plástico* tem a mesma resposta: razões contratuais de sigilo impedem qualquer manifestação sobre os contratos.



brasileiro desse grupo que cresceu e se desenvolveu em grande parte, por meio de políticas públicas de formação (Prouni, Oficinas nas *Mostra de Tiradentes*, Curso Livre de Cinema em BH) e realização cinematográfica, e que 15 anos depois, abre, em 2024, sua distribuidora, *Malute*, buscando ampliar sua atuação, e se associa à *Netflix* para a realização de um filme. Será isso, para além de um maior orçamento e promessa de internacionalização, a vontade de diálogo e encontro com espectadores a que o grupo de realizadores se identifica e que, como eles, não eram vistos como sujeitos nas telas do cinema ou da televisão? Ou seja: aqueles que não podem pagar ingressos dos cinemas de shopping, os únicos em bairros distantes (Araujo, 2022)? Isso fala certamente da busca de público pelo cinema brasileiro, apesar do rígido controle que a plataforma exerce sobre os filmes que produz e veicula, e das condições e prerrogativas dos contratos que não podemos conhecer. Para tanto, buscamos aqui cruzar as perspectivas sobre a atuação e as produções audiovisuais da *Netflix* no Brasil, tendo em mente as reflexões de Fernandes e Albornoz (2023), sua penetração e ações internacionais, seus discursos e os filmes realizados conforme classificadas por Dal Young Jin como “imperialismo de plataforma” (Jin, 2013), e pesquisas já realizadas no quadro do Brasil desde 2017 (Schwarzman, 2025) com a trajetória da atuação e das produções da *Filmes de Plástico*.

Apoiamos a pesquisa na trajetória recente das políticas públicas para o cinema brasileiro, no projeto político da *Netflix*, bem como na mídia, entrevistas e materiais sobre a *Filmes de Plástico*, seus realizadores e produtor. Cientes das dificuldades de acesso às informações da *Netflix* devido à falta de transparência de dados e por sua política de sigilo de contrato, assumimos este fato como um dado da pesquisa, conforme já observamos acima. Desta forma construímos uma investigação dialógica, entre os referenciais teóricos, discursos e práticas, conforme Bakhtin (1981), pois permite compreender como se relacionam os discursos da plataforma e da *Filmes de Plástico*, aquilo que praticam, o ideário que mobilizam, o contexto e sua significação. Dessa forma, podemos pensar que essa parceria tem um significado político inaugural e simbólico importante para os estudos de política pública, da cultura e das dinâmicas da história do cinema brasileiro (Gomes, 1973).

A gramática da *Filmes de Plástico*: novas imaginações e políticas das imagens

O ano era 2009, quando um grupo de realizadores mineiros – de Contagem –



resolveu criar a produtora *Filmes de Plástico*. São mais de 15 anos, e neste período foram produzidos 19 curtas e 6 longas-metragens dos seus sócios. A produtora formada pelos diretores André Novais Oliveira, Gabriel Martins, Maurilio Martins e pelo produtor Thiago Macêdo Correia, construiu uma identidade própria tanto em termos estéticos quanto de modelo de produção em um momento de “semi-reformismo” do país (Singer, 2012). A criação da *Filmes de Plástico* guarda forte relação com um projeto de política pública para a cultura e, em especial, para o cinema brasileiro, tanto em dimensão conceitual, quanto em ação e construção de mecanismos públicos.

Em seu discurso de posse no Ministério da Cultura, em 2003, Gilberto Gil, propunha uma virada conceitual para a cultura;

O que entendo por cultura vai muito além do âmbito restrito e restritivo das concepções acadêmicas, ou dos ritos e da liturgia de uma suposta “classe artística e intelectual”. Cultura, como alguém já disse, não é apenas “uma espécie de ignorância que distingue os estudiosos”. Nem somente o que se produz no âmbito das formas canonizadas pelos códigos ocidentais, com as suas hierarquias suspeitas (Gil, 2003).

Junto ao conceito renovado, o Estado assumiu seu protagonismo, atuando como mediador das diferentes demandas, sobretudo daquelas represadas e apagadas, conforme Gil. Desta forma, reconhece e cria mecanismos de reconhecimento, e compensação das grandes diferenças e defasagens entre as regiões brasileiras, assim como de atores sociais legítimos criadores de cultura, institucionalizando o edital público como principal instrumento para acessar recurso público. Uma postura democrática que deslocou a exclusividade de financiamento à cultura das mãos das empresas, através das leis de incentivos fiscais.

Para o cinema, além da criação da agência reguladora, Ancine (Agência Nacional do Cinema) em 2001, foi criado em 2006 o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) que se tornou a principal fonte de financiamento para o setor. Esse gesto político na direção de maior democratização do direito de fazer e pensar cinema veio acompanhado de políticas intersetoriais para educação, saúde, combate à fome, habitação etc. Se antes fazer cinema era um negócio de elite, voltado a uma “clientela privilegiada”, as políticas públicas daquele momento geraram uma fissura no que Arthur Aufran



denominou “corporação cinematográfica” (Autran, 2013).

Guardadas as devidas proporções, no caso da *Filmes de Plástico* e outras produtoras que vão emergir nesse período como a *Rozsa Filmes* do Recôncavo Baiano, é possível relacioná-las às observações de André Singer sobre o período de 2002 a 2015, quando houve o que definiu como a movimentação de “placas tectônicas” (Singer, 2010) na sociedade brasileira, com a emergência do que se consagrou como a nova classe C². Essas camadas mais pobres emergem não só como consumidoras “do iogurte a viagens de navio” mas também como sujeitos do conhecimento nas universidades públicas, através das cotas, e em universidades privadas, com programas como o Prouni e Fies. Emergem como produtores de cultura na construção e crítica dos saberes estabelecidos, em conjunção com a ascensão do pensamento decolonial brasileiro e internacional, em manifestações em diversos campos. No entanto, a esse protagonismo de sujeitos, vistos histórica e continuamente como subalternos (Spivak, 2018), se junta o estigma do bairro distante do centro onde vivem, a periferia. Dessa forma, o território periferia/periférico passa a designar o gênero de produção desses sujeitos. No entanto, sem alarde, com sensível contundência e competência a *Filmes de Plástico* subverte o estigma da nomenclatura que se atribui a essas produções – não o grupo – trazendo esses sujeitos e espaços para o centro do cinema brasileiro³.

Assim, a participação de sujeitos históricos até então ausentes ou invisibilizados no campo cinematográfico brasileiro gerou transformações nas disputas discursivas, políticas, econômicas e simbólicas no país. Com valores e interesses divergentes e muitas vezes antagônicos aos dos agentes históricos tradicionais, esses atores sociais acrescentam novos posicionamentos sobre a direcionalidade das políticas públicas para o cinema que afetam narrativas e estéticas (Bahia, 2023). A *Filmes de Plástico* foi um desses novos agentes sociais.

A produtora se insere na ideia de reformismo, ainda que incompleto (Singer, 2012), no campo do cinema e do audiovisual. Instituições governamentais como formuladoras de políticas públicas e investimentos para a produção alteraram a

² Segundo dados de pesquisa da Datafolha em 2015, os 10% mais pobres passaram a ganhar 129% mais. Já nas faixas seguintes o aumento foi da ordem de 112%. Essas políticas, segundo Singer (2010), levaram à diminuição das desigualdades, que não se limitou à condição econômica – deu-se também pela ampliação e acesso à educação e à cultura. Conforme pesquisa tendo por fonte inicial estudo da CPS/FGV a partir dos microdados da PNDA/IBGE, *Folha de S.Paulo*, 13 dez. 2015, pp. A12-A13.

³ É elucidativo o que faz André Novais sobre os longos trajetos a percorrer entre a casa no bairro distante, o local de trabalho, o centro da cidade, e o retorno para casa. Distancias percorridas que marcam distinções sociais, mas que convidam também a imaginar (*Marte Um*, de Gabriel Martins, 2022), e que transformam e fazem emergir afetos como em *O dia que te conheci* (André Novais, 2024), um *road movie* em que os personagens, ao longo de um dia, percorrem essas distâncias entre o que se designa o centro e a periferia, e se enamoram.



geografia e a paisagem do cinema e audiovisual no país.

O depoimento do produtor Thiago Macêdo Correia explicita mudanças (um “reformismo” no setor).

A gente criou a *Filmes de Plástico* e a *Filmes de Plástico* se tornou nosso sonho de cinema. Parecia um sonho meio impossível porque o cinema, em 2009, era muito elitista. O cinema ainda é muito elitista, a gente sabe. A gente precisa estar dentro de todos os espaços para hackear o sistema. A *Filmes de Plástico* eu tenho muito orgulho, veio para ocupar um espaço que não era nosso [...]. Então, eu agradeço esse prêmio, falo que nosso cinema só foi possibilitado pelos governos do Partido dos Trabalhadores, que por 13 anos governaram o país. Nós sabemos do nosso lugar de privilégio, mas nosso lugar de privilégio vem acompanhado de políticas públicas, a gente está aqui por conta do Fundo Setorial do Audiovisual, a gente está aqui por conta do Brasil de Todas as Telas [...]. (Correia, 2022).

Gabriel Martins também faz conexões da política com os movimentos do cinema brasileiro e sucesso de *Marte Um* (2022):

Eu acho que tem algo acontecendo, sim, no Brasil, que diz respeito a muitos acontecimentos diferentes, à maneira como o governo Lula abriu muitas portas para pessoas pretas e periféricas na universidade, de acesso ao conhecimento e de acesso a meios de produção. Eu sou fruto disso por ações afirmativas no cinema. *Marte Um* é fruto de uma ação afirmativa, de um edital voltado para artistas pretos. Então, tem coisas que vão acontecendo porque existiu uma ação para isso, não só por serem resultado de uma geração ou algo do tipo [...]. Eu sinto que parte desse sucesso, é resultado de um conjunto de fatores e que, sem dúvida alguma, eu me vejo nesse processo cultural (Martins, 2022).

Foi nesta brecha ou nesse hackeamento do pensar-fazer hegemônico do



projeto tradicional de industrialização que surge um novo cenário do cinema brasileiro, um pouco menos centralizado, um pouco mais diverso e plural e que indica o transbordamento de uma percepção linear e centralizadora do cinema comercial tradicional para um pensamento orgânico, territorializado e centrífugo (Bahia, 2023).

Esses criadores da periferia de Belo Horizonte, como em *Marte Um*, de Gabriel Martins, tinham um sonho: fazer cinema e se ver representados na tela. Ao longo destes anos, realizaram curtas e longas-metragens celebrados pela crítica, com projetos usando editais de fomento e circuitos de festivais, sem renunciar a uma ética e estética de fazer cinema que incide na composição das equipes com maioria de não-atores, assinaturas coletivas, narrativas cotidianas no território, volume de orçamento (B.O), formas de circulação das obras, entre outros. André Novais Oliveira (2021) aponta em seu livro:

Os filmes da nossa produtora procuram, estar no que o Gabriel chama [...] de guerra simbólica. Os personagens negros, periféricos, marginalizados e biotipos diversos, aqueles colocados na maioria dos filmes hoje em dia, não estão nos nossos filmes por acaso. A guerra simbólica seria isso: enquanto grande parte do audiovisual nacional e internacional esquece tais personagens, ou os representa muitas vezes dentro de um estereótipo distorcido e perigoso, nós, mesmo que de forma “tímida”, estamos do lado de cá (junto com vários outros também) tentando balancear essa situação. Tentando criar outra realidade de representação e protagonismo (Oliveira, 2021, p. 177).

Uma característica importante é que os sócios trabalham em todos os filmes realizados, circulando entre funções. Parece haver uma unidade política e afetiva, independente de quem assina a direção. Esta metodologia vem desde os primeiros curtas e vem dando unidade à produtora *Filmes de Plástico*. Essa dinâmica de trabalho coletiva e integrada garante uma identidade, ainda que cada diretor tenha suas singularidades e escolhas narrativas e estéticas evidentes. Essa forma de trabalho e pensamento sobre cinema é uma marca relevante da produtora, que imprime um olhar para além da marca da direção, mas também uma marca da produtora enquanto unidade estética e política.

Uma outra demonstração desta insistência em um deslize dos modelos hegemônicos da produtora é a não hierarquização de formatos. Apesar dos longas-metragens lançados, premiados e com destaque na crítica, não abandonaram o formato do curta-metragem. O lançamento dos filmes *Nossa mãe era atriz* (2023) e *Quando aqui* (2024) de André Novais Oliveira confirmam uma posição de não domesticação ao modelo industrial tradicional focado em longa-metragem comercial.

Pedro Butcher (2024) desnaturaliza essa distinção – longa, média e curta - ao demonstrar como esse modelo e formato industrial, baseado no longa-metragem, foi engendrado pelos grandes estúdios norte-americanos numa estratégia de construção de hegemonia (Butcher, 2024). André Novais tem clareza disso, e ao falar de Cannes, onde esteve algumas vezes com filmes da produtora, coloca: “A distinção entre longa e curta aqui é bem evidente, e o cinema mostra também um lado ruim, revelando sua faceta muitas vezes fria do mercado, que acaba excluindo,[...] apostas interessantes”. (Oliveira, 2021, p. 34).

A modelagem de produção da empresa parece fugir à cartilha da eficiência industrialista clássica e imprime, em seus trabalhos, a dimensão do processo como estruturante. A narrativa da obra, o território em que ele é filmado, o modo de produzir, a escolha da equipe estão associados e não desconectados, como uma operação fordista de produção industrial. Funcionam numa dinâmica processual no qual ética e estética andam de forma circular.

De acordo com Cláudia Mesquita (2011, p. 18) o filme-processo é aquele que “se desdobra no tempo, por circunstâncias várias, resultantes de sua interseção com o vivido”. Como explica a pesquisadora:

Eu me refiro, portanto, a experiências em que o cinema se relaciona e se mistura com a experiência vivida, sendo por ela limitado, estimulado, transformado, “conformado”, ou até expandido, potencializado. Em oposição à instauração de um processo paralelo (mais ou menos impermeável) cujo ideal é o controle, a eficiência, a autonomia da cena e a manutenção de rígidas fronteiras (como no esquema convencional de produção de filmes de ficção), as “obras em processo” convocam experiências em que confluem cena e vida, em que as divisórias são porosas, em que o controle (sobre a cena) nem sempre é possível, em que o filme está a serviço



ou inventa, no corpo-a-corpo com experiências que não domina totalmente, o seu singular movimento (Mesquita, 2011, p. 18).

André Novais Oliveira, a cada filme, parece radicalizar a relação com tempo e espaço do cotidiano, familiar e território construindo uma relação dialética entre narrativa, estética e modo de produção, no qual o processo é intrínseco e determinante. De fato, parece haver um hackeamento do sistema, um drible brasileiro, que se desprende dos manuais normativos de produção tradicionais e instiga a urgência de um novo giro nas políticas públicas.

A arquitetura produtiva, ancorada na temporalidade cotidiana e no território, como já se via no excepcional *Fantasma* (2010), desse diretor, e nos outros que vieram, inclusive com a indicação, em 2022 de *Marte Um*, pelos críticos como o filme brasileiro para concorrer ao Oscar, deu maior visibilidade à produtora que, entretanto, continuou fazendo seus filmes ao seu modo. Analisando a relação das políticas públicas com os filmes da produtora fica claro que nem todas as obras contaram com editais.

Gabriel Portela (2023), em pesquisa sobre o impacto econômico do Fundo Setorial do Audiovisual em Belo Horizonte, chama a atenção para a singularidade executiva da empresa. Segundo o estudo, a *Filmes de Plástico* é a empresa de Minas Gerais com o maior volume de recursos captados através do Fundo Setorial do Audiovisual. Segundo Portela, entre 2011 e 2021, contrataram 13 projetos no valor total de R\$ 8.184.241,63⁴. Esse valor diz respeito a diversas linhas tradicionais do FSA, suporte automático, arranjos regionais, SAV/Minc, entre outros. Portanto, apesar de ser a produtora com maior valor contratado do estado, representa um valor baixo de contratação, via FSA, se pensarmos no valor de produção de um filme brasileiro e na quantidade de obras produzidas pela *Filmes de Plástico*. Ainda assim:

Compreendendo o perfil de cada linha do FSA acessada pela *Filmes de Plástico* é possível afirmar que as linhas criadas a partir do fortalecimento do FSA em 2013 foram fundamentais para a empresa. Cabe destacar que a *Filmes de Plástico* inaugurou sua relação com o FSA em 2014 através da linha de Arranjos Regionais e de chamada pública da Secretaria do Audiovisual/Ministério da Cultura (SAV/MinC),

⁴ Este valor se refere a todos os filmes da produtora, que eventualmente produz obras de não-sócios.



possibilitando recursos para a produção do filme *Temporada* e *No coração do Mundo* (Portela, 2023, p. 80).

Há uma escolha consciente nos filmes e o encadeamento de um modelo de arquitetura produtiva e narrativa territorial e familiar, com o domínio de uma estética e imaginário de um cinema brasileiro que escapa às regras do modelo comercial de cinema brasileiro.

Mas é certo que a *Filmes de Plástico* não está alheia às dinâmicas de poder do campo cinematográfico e flerta com elas, atenta aos movimentos nacionais e internacionais em jogo de adesão, negociação e resistência. Os festivais internacionais, em especial, fazem parte da produtora e deixam claro esse movimento. A lógica de prestígio advinda desses espaços – de circulação, crítica e poder – torna-se uma estratégia para a consolidação da produtora no campo autoral. São mais de 50 prêmios em festivais nacionais e internacionais, com curtas e longas-metragens. André Novais explicita várias vezes desconforto com esses espaços para uma pessoa negra e periférica. Mas o diretor também coloca o incomodo de ter que se encaixar em rótulos. Ele cita uma fala de Maurílio e diz:

[Maurílio] Falou da vontade de nós, da produtora, de não sermos enquadrados em nenhuma caixinha, que a gente precisa de dinheiro pra fazer os filmes e que a gente não precisa necessariamente falar da periferia e do negro como a maioria quer. A gente cresceu fazendo filmes com pouco dinheiro, mas agora precisamos ter melhores orçamentos pra fazer e alcançar outras narrativas, a narrativa que a gente quiser (Oliveira, 2021, p. 155).

A projeção do filme *Marte Um* de Gabriel Martins parece ser um marco importante para a produtora. Lançado pela *Embaúba Filmes*, distribuidora especializada em cinema brasileiro de Belo Horizonte, com orçamento reduzido, foi sucesso de crítica e ganhou projeção com a pré-indicação ao Oscar. O filme aumentou em número de salas, ganhou visibilidade e percorreu vários festivais. Ainda assim, teve distribuição comercial em apenas 57 salas, perfazendo um público de 89.403 espectadores e R\$1.586.374,61 de renda. Entretanto, um filme não pode ser mensurado apenas por dados quantitativos de salas comerciais. Segundo Talita Arruda (2024):



[...] o foco em ficções de longa-metragem com bom desempenho de bilheteria não reflete a diversidade e a força dos cinemas negros contemporâneos. Esse indicador exclui diferentes formatos e escalas de alcance dessas realizações. No entanto, é útil ao evidenciar o acesso privilegiado e a concentração no repasse de recursos para a produção e a difusão audiovisual brasileira (Arruda, 2024, p.12).

Em entrevista para Arruda, Gabriel Martins comenta:

Quando chegou a campanha do Oscar, a gente entendeu que teria que tá muito vinculada à minha imagem [...]. Que era uma coisa que eu não pensava muito nem para a distribuição, que a minha imagem era importante. [...] E eu acho que esse lugar de identificação virou um carro chefe, virou um projeto muito grande, porque eu acho que aí o filme foi caminhando junto comigo. [...] tinha uma projeção comigo, [...] foi algo que também ajudou o filme a crescer mais, porque eu também topei falar com muita gente, eu dei muita entrevista, então teve uma coisa de inundar [...] um monte de coisas que eu acho que foi muito fixando assim a minha imagem. [...] São coisas que hoje eu entendo que se provocou, mas foi menos uma grande estratégia (Martins *apud* Arruda, 2024, p. 97).

Cientes da dificuldade de distribuição e circulação imposta pela “barreira de entrada” da hegemonia norte-americana (Butcher, 2024), em 2024, após o sucesso de *Marte Um*, a *Filmes de Plástico* criou uma distribuidora própria, a *Malute*, arriscando um modelo pouco usual no Brasil – congregação de produtora e distribuidora. A existência da *Malute* evidencia a atenção à necessidade de circulação das obras e ao público para além do circuito de festivais e salas de artes. A campanha do filme *O dia que te conheci* foi baseada – discurso e proposta estética – na ideia de comédia romântica buscando, assim, um apelo popular de aproximação com o público, adensando o que já tinham ensaiado com *Marte Um*.

Segundo Gabriel Martins nesse momento:



A cada filme, a Filmes de Plástico está entendendo melhor como usar os recursos, que não são gigantes, a seu favor. Os nossos filmes são muito ambiciosos e a gente vai estudando e melhorando mesmo, tecnicamente, a cada filme. Decupagem, a importância do som, de uma boa finalização, de uma boa mixagem, de um processo de *foley*. A gente foi também conquistando, a cada filme, mais conhecimento. O conhecimento vem com a possibilidade, por exemplo, de pagar por serviços de finalização, câmeras melhores, equipamentos melhores. Então, com o tempo, a gente foi tendo mais recursos e estudando mais. Melhorando a nossa própria percepção do que que os nossos filmes precisam para ter um apuro técnico melhor. Então, isso é resultado de a gente estudar muito, a cada filme (Martins, 2022).

Vicentina pede desculpas conta a história da mãe que perdeu seu filho, um motorista de ônibus, num grave acidente com vítimas. Entretanto, o acidente parece ter sido causado pelo suicídio do filho. Assim, ela parte em busca dos familiares das vítimas para pedir desculpas. Um tema sensível e delicado, que toca a morte, o perdão e a reparação, assunto inusual e inédito na plataforma e no cinema brasileiro.

As parcas notícias da produção chegam de postagens no *Instagram* de jornais de Belo Horizonte dando conta do início das filmagens, com uma manchete estrepitosa:

Ônibus despenca de viaduto em Belo Horizonte em gravação da *Netflix* para novo filme. Um ônibus perdeu o controle sobre o viaduto Helena Greco, na manhã deste domingo (29), e caiu na avenida do Contorno, provocando várias mortes. Mas tudo não passou de cena de filme, “Vicentina Pede Desculpas”, dirigido por Gabriel Martins.

A realização da sequência, uma das mais complexas já realizadas na cidade, envolveu uma grande preparação e estrutura, com o trânsito sendo interrompido na região [...].



Dois enormes guindastes chamaram a atenção dos transeuntes, assim como um ônibus coletivo de BH completamente virado, sobre um caminhão. [...]Técnicos em efeitos especiais vindos de São Paulo também estavam a postos. Havia uma grande preocupação para que nada saísse errado, principalmente porque a queda do ônibus só poderia ser feita uma vez, devido à alta complexidade da cena (O Tempo, 2024)⁵

O que se pode dizer é que há um arrojo na concepção do roteiro, e certamente a vontade do grupo de experimentar outras condições de produção que um agente multinacional pode ter. Nesse sentido, é interessante pensar na produtora *Filmes de Plástico* não como uma busca essencialista por uma pureza cinematográfica brasileira, mas pensar nela como um projeto político dinâmico e inserido em tempo, espaço e projeto político de país. E é neste sentido que é fundamental investigar a aproximação da produtora com a *Netflix*.

Fissuras e apostas do encontro *Filmes de Plástico* e *Netflix*

O anúncio da parceria com a *Netflix*, em junho de 2024, em momento de intensificação dos debates sobre regulação do VOD no Brasil e criação da *Strima* (O Estado, 2025), a associação das maiores plataformas que atuam no Brasil, gerou curiosidade. Ao invés de se voltar para as produtoras habituais do Rio e São Paulo como vinham fazendo, a parceria da *Filmes de Plástico* com a *Netflix* para o longa *Vicentina* pede desculpas, de Gabriel Martins, ainda é uma “caixa preta” que dá a medida das iniciativas da *Netflix* para contornar e atenuar a regulação que o setor audiovisual reclama para essas corporações multinacionais. Aderência? Hackeamento? Novo modelo?

Ao pensar nessa associação, surgem expectativas, uma vez que aquilo que caracteriza a produtora, seu pioneirismo, originalidade e potência com recursos módicos, em tudo destoa do que se vê em geral nos 41 filmes (ficção e documentário) que têm sido produzidos pela plataforma no Brasil desde 2017, e mesmo nas suas

⁵ Ver também publicação no *Jornal do Padre Eustáquio* (Jornal, 2024).



séries, que embora procurem abordar questões relevantes, para além de *true crimes*, nunca deixam de ser, antes de tudo, espetáculos. Conforme conceitua Debord (2002, p. 17), “o espetáculo apresenta-se como algo grandioso, positivo, indiscutível e inacessível. Sua única mensagem é ‘o que aparece é bom, o que é bom aparece’”. Assim, o que se vê são conteúdos e formas cuja qualidade de apresentação visual e sonora é em geral monumental, como em *O matador*, de Marcelo Galvão (2017), o primeiro longa-metragem, um *nordwestern* sobrecarregado de efeitos, o que não é característico dos filmes brasileiros, mesmo os mais comerciais, ou em *Ricos de amor 1* (2020) e *Ricos de amor 2* (2023), de Bruno Garroti, onde numa favela carioca sem recursos, ou na Amazônia, onde indígenas enfrentam o garimpo ilegal, os problemas são solucionados pelo protagonista das tramas, de início um irresponsável, que se transforma em devotado agente social que leva o plantio de tomates do agronegócio do pai para as lajes da comunidade (no filme de 2020), e para a subsistência dos indígenas sacrificados pela poluição de mercúrio no rio (em 2023), incorporando às práticas ancestrais indígenas e ao território do Amazonas, o agronegócio normalizado, (Schwarzman, 2024).

Pensemos no prestigiado *Democracia em vertigem*, de Petra Costa (2019), com seus drones sobre o Palácio do Planalto, os planos e movimentos de câmera rebuscados, os efeitos especiais, a música grandiloquente, uma gigantesca equipe de profissionais, e certamente um orçamento compatível. Sim, era necessário remontar à história do país, explicar, e mais do que isso, convencer o mundo sobre o golpe cometido contra a democracia brasileira em 2016. Ou, como se vê em *Racionais - das ruas de São Paulo para o mundo*, Juliana Vicente (2022), ou mesmo em *Emicida Amarelo – é tudo pra ontem*, Fred Ouro Preto (2020), que trabalha com efeitos cênicos semelhantes, construindo a trajetória de sucesso dos artistas das periferias de São Paulo – jovens que poderiam ser marginais, mas foram resgatados pela arte. Histórias exemplares de êxito e ascensão social de protagonistas negros e pobres, ao gosto da plataforma, que incensa nas narrativas produzidas no país a ascensão social, a correção de caráter, a inclusão racial e de gênero *tokenizada*⁶: ao protagonista branco/a, corresponde sempre um amigo negro/a ou gay, ou ambos. Roteiros, encenações e recursos, em tudo avessos ao que a *Filmes de Plástico* pratica, ou usa com parcimônia, seriedade e delicadeza.

É verdade que esses efeitos existem antes de tudo para afirmar a “qualidade dos produtos da Netflix”, uma estética própria como forma de se diferenciar da televisão, a janela do streaming, e se diferenciar no Brasil, da TV Globo, que mantinha um padrão

⁶ *Tokenizada* vem de tokenismo, “prática de fazer pequenas concessões publicamente a um grupo minoritário para desviar as acusações de preconceito e discriminação” (Hogg; Vaughan, 2018, p. 387).



de qualidade e o vínculo com a brasilidade, detendo assim por décadas, a hegemonia sobre o público nacional até pelo menos 2019.

Sabemos que o grupo mineiro estava buscando parcerias e a possibilidade de um orçamento maior, depois de 15 anos de experiência. Como disse Maurílio em 2021, “A gente cresceu fazendo filmes com pouco dinheiro, mas agora precisamos ter melhores orçamentos pra fazer e alcançar outras narrativas, a narrativa que a gente quiser” (Oliveira, 2021, p. 155), bons equipamentos, além disso, conforme Martins, queriam mais “conforto, uma rede de segurança de um orçamento mais amplo pra não ficar com ansiedade se aquilo que fizemos vai dar certo ou não” (Filmes [...], 2024)

Eles haviam oferecido o roteiro para a produtora *RT Features*, de Rodrigo Teixeira, mas o acerto não saiu, então ofereceram à *Netflix*. “Eles nos apresentaram o projeto, a gente leu o roteiro e se apaixonou rapidamente”, diz a revista *Veja* Gabriel Gurman, diretor de filmes da *Netflix* Brasil (Carneiro, 2024). “É um roteiro lindo e tocante”⁷ Segundo Gurman, a plataforma vai respeitar o processo artesanal de trabalho da produtora mineira. “Essa parceria nos interessa, pois carrega a diversidade da cultura brasileira e dá voz a talentos locais, com histórias autênticas. Por isso, vamos manter a essência do trabalho deles, sem pressão para o lançamento”, conta Gurman.

A equipe será a mesma de *Marte Um*, e por enquanto o filme está em fase final de roteiro. [...] Pra gente o mais importante é narrar uma boa história e atingir novos públicos. Mas, sim, o projeto tem características que podem levar a prêmios. Não é nosso primeiro objetivo, mas está no radar (Carneiro, 2024).

O lançamento da parceria foi divulgado no *Dia do Cinema Brasileiro*, (19 de junho de 2024), seguindo a estratégia política de demonstrar o engajamento com o cinema brasileiro (Netflix, 2024), num momento de adensamento das discussões da regulação (Fernandes; Albornoz, 2023). Observando o discurso do diretor de conteúdos brasileiros, interessa à *Netflix* a trajetória da produtora e que sejam negros vindos da periferia, uma vez que, assim como *Os Racionais* ou *Emicida*, configura a inclusão que a plataforma prega, e a diferenciação de seus filmes com a qualidade e o prestígio que possam trazer, estratégia que levou à produção de filmes de Martin Scorsese (2019) ou

⁷ No período do lançamento da parceria em junho de 2024, no dia do Cinema Brasileiro, houve ampla divulgação do fato.



Alfonso Cuarón (2018), que chegaram ao Oscar, já que *Marte Um*, com recursos de edital público foi o escolhido pelos críticos e teve boa audiência.

Marte Um, é preciso lembrar, foi licenciado em 2022 pela *Array Releasing*⁸, de Ava DuVernay⁹ com direitos de distribuição para os Estados Unidos, Canadá, Grã-Bretanha, Nova Zelândia, Austrália, estreando na *Netflix* norte-americana em janeiro de 2023. Não há dados sobre a recepção do filme nesses países desde então, mas como o título continua anunciado como disponível na *Netflix* norte-americana, certamente é um indicativo de sua audiência¹⁰, e isso deve ter pesado na escolha da produtora e do seu diretor pela matriz.

Cabe observar como a construção dos filmes do catálogo da *Netflix* no Brasil, conforme Schvarzman (2025), segue uma pauta que responde à política que pratica, o *branding* (a gestão da marca) seja no site, na composição dos profissionais na empresa e nos filmes – a preocupação com a inclusão racial e de gênero, diversidade cultural, o elogio à correção de caráter, o reforço à realização pessoal e a ascensão social. Como afirmam Rossato e Albornoz (2023) um dos principais discursos da *Netflix* está ancorado em promover a inclusão de diversos grupos sociais na força de trabalho da empresa pois para “entreter os nossos membros, que vêm de todo o mundo, precisamos de trabalhar com uma diversidade de criadores, bem como ter uma força de trabalho diversificada¹¹” (*Netflix*, 2022, p. 30, tradução nossa). Esse mesmo *branding* aparece em filmes como *Barba, cabelo e bigode* (Rodrigo França, 2022), *União instável* (Silvio Guindane, 2023), com profissionais negros, ou nos documentários dos *Racionais* ou de *Emicida*, tópicos que respondem ao “neoliberalismo progressista”, conforme Fraser (2007), e como essa correção de superfície, serve para demonstrar o legítimo interesse da plataforma pelo país e sua cultura, que estão promovendo nos filmes, buscando dessa forma atenuar as demandas de regulação, uma vez que a diversidade e o “conteúdo brasileiro” já estariam contemplados. Um longa-metragem da *Filmes de Plástico* reforça essa política da empresa, que está alinhada às “tendências internacionais” para além do direcionamento das políticas brasileiras para o audiovisual¹².

Entretanto, um rápido exame das páginas do portal da empresa, no *About*

⁸ *Array* é um coletivo independente de distribuição de filmes criado em 2001, com recursos de organizações de defesa das artes, voluntários membros rebeldes pelo mundo. Mais informações: <https://arraynow.com/about-array/>. Acesso em: 21 ago. 2025.

⁹ Primeira diretora negra estadunidense a vencer um festival de cinema, em *Sundance* em 2012.

¹⁰ Disponível em: <https://arraynow.com/project/mars-one>. Acesso em: 21 ago. 2025.

¹¹ Do original: *to entertain our members, who come from all over the world, we need to work with a diversity of creators, as well as maintain a diverse workforce*.

¹² Disponível em: https://about.netflix.com/pt_br/impact. Acesso em: 21 ago. 2025.



Netflix, onde se tem um espelho da sua atuação, no item de lançamentos se observa, em geral, que dentre as dezenas de lançamentos, há apenas um lançamento nacional – série e eventualmente um filme ou documentário – entre uma maioria de produtos norte-americanos e coreanos, e de outras nacionalidades, que conformam assim a diversidade e a penetração mundial da plataforma. No entanto, apesar das inúmeras nacionalidades expostas, todos os lançamentos são apresentados em dublagens em português, de tal forma que o espectador brasileiro só verá distinções de acordo com os ditames homogeneizadores da plataforma. Ou seja, tanto nesta página como naquela onde o assinante entra para escolher filmes já previamente organizados pelos algoritmos, não há empenho pelo conteúdo nacional em geral, ou pelo que a plataforma produz no Brasil, em particular o que entra em severa contradição com aquilo que dizem e pregam em seus discursos e ações.

Conforme analisam Rossato Fernandes e Luis A. Albornoz (2023), as estratégias políticas da *Netflix* para os países ibero-americanos, incluem um discurso e uma prática de atenção a conteúdos culturais nacionais, em sua atuação corporativa com parcerias com órgãos oficiais (*Cinemateca Brasileira*, *Embratur*, por exemplo) e nos filmes da plataforma (Schwarzman, 2025). Nas palavras dos autores:

[...] a *Netflix* está construindo relacionamentos com uma ampla gama de instituições públicas, bem como com organizações privadas comerciais e sem fins lucrativos. A sua rede não se limita à América Latina, mas abrange instituições de todo o mundo, incluindo atores políticos relevantes como a UNESCO (Fernandes; Albornoz, 2023, p. 257).

Esses procedimentos analisados pelos autores no México e na Espanha amorteceram as reivindicações de direitos dos trabalhadores que aceitam como dado o seu “modelo de negócio”, em busca de oportunidades de trabalho, aposta que a *Netflix* parece empregar aqui, com sucesso, uma vez que as PL estão cada vez mais desidratadas.

A promessa de diversidade da *Netflix*, que se insere na ideia de “neoliberalismo progressista” (Fraser, 2007) acima referida, através do reconhecimento e inclusão, sem as contrapartidas essenciais de redistribuição de renda, ou políticas sociais, deixa ver as estratégias econômicas e simbólicas da plataforma, que não



contempla a transparência de dados e informações e voltada ao extrativismo de dados (Zuboff, 2000), formação de gosto, formação de mão de obra, uma gramática que envolve elementos administrativos, técnicos, éticos e estéticos. Os contratos sigilosos evidenciam um dado fundamental para pesquisa: a relação de poder econômico e político muito desigual que exercem sobre as produtoras e trabalhadores brasileiros em sua dimensão econômica, política e cultural.

Esse procedimento não é novo. A construção da hegemonia de Hollywood se baseou no investimento em dados e informações, construção do gosto e presença do estado promocional (Butcher, 2024). Entretanto, na atualidade a penetração se dá diretamente pela intromissão direta na construção de narrativas produzidas no país, sobre o país, na exploração do trabalho e criação, além da mineração de dados (Schwarzman, 2025).

Conforme já observou Dal Young Jin (2023) a partir dos impactos da *Netflix* na Coreia e em outros países, a plataforma mais do que produzir conteúdo nos 190 países onde atua, vem se tornando gestora e controladora da produção mundial de conteúdos:

[...] a Netflix, como “uma espécie de guarda de trânsito da cultura da tela”, planeja mediar “um novo multilateralismo e intercâmbio pluriforme de conteúdo muito mais heterogêneo do que qualquer relato anterior sobre imperialismo midiático, imperialismo cultural [...], que a globalização ou glocalização ofereceu” (Cunningham; Scarlata, 2020, p. 150 *apud* Jin, 2023, p. 455).

Em contraponto a esse sistema poderoso, o debate sobre o projeto de regulamentação do *streaming* se intensificou no Brasil no terceiro mandato do presidente Lula (2023). Independente de avanços e recuos no andamento dos Projetos de Lei que circularam, cabe destacar que as forças em disputa são muito desiguais e as informações e dados oficiais, escassos. Mas o fato é que as dinâmicas impostas pelas plataformas globais reverberam no imaginário e na prática do campo audiovisual como um todo, assim como nas pesquisas acadêmicas da área.

Podemos enumerar algumas consequências já sentidas deste processo em movimento: imposição de um modelo de produção; perda de propriedade intelectual das produtoras brasileiras; retorno à concentração em grandes produtoras, em especial no eixo RJ e SP, contratos sigilosos que determinam exclusividade e cessão de direitos; organização social do trabalho, entre outros. Para os pesquisadores:



Embora seja um momento de plena transformação, em que nenhuma das novas instâncias tenha se cristalizado, há um projeto de busca de uma nova hegemonia, caracterizada pela imposição de padrões, propositalmente exigente de “desregulamentação” (Bahia; Butcher; Tinen, 2022, p. 113).

Ao mesmo tempo, há uma atratividade evidente: a velocidade das tomadas de decisão, maior segurança jurídica, menor burocracia e, muitas vezes, disponibilização de recursos orçamentários mais robustos.

Esta naturalização das práticas e ideologias políticas, culturais e econômicas de determinados grupos, impondo a opacidade dos processos, contratos, dados e metodologias, conforme Marina Rossato Fernandes e Luis A. Albornoz, evidencia um projeto político muito bem desenhado pela *Netflix* que envolve sua associação com atores políticos influentes (instituições privadas, governos e associações profissionais como já aconteceu com a formação da *Strima*, a aproximação com a *Cinemateca Brasileira* e Ministérios do Turismo e de Educação) e a aceitação das ideias da *Netflix* pelos principais intervenientes políticos latino-americanos. “Estes elementos fazem parte da sua estratégia transnacional e podem influenciar o debate político numa região como a América Latina. O foco nas relações de poder ampliará a compreensão da estratégia transnacional da *Netflix* e esclarecerá o seu papel na influência do debate político” (Fernandes; Albornoz, 2023, p. 249).

Fazer uma parceria, é parte da estratégia política da empresa. Se associar a uma das produtoras de maior prestígio nacional e internacionalmente e ao jovem diretor negro, fora do eixo RJ-SP, traz não só distinção à plataforma, como é uma das estratégias para diluir a regulamentação dos serviços de *streaming* no país como se pode constatar pela proposta do Deputado Doutor Luizinho (PP/RJ). Entre as modificações feitas, dos 12% iniciais – demandados pelo setor –, a proposta foi reduzida para 4% (com negociação de desconto de 60% para as plataformas), o que reduz muito o montante de recurso destinado ao FSA e possibilita o controle sobre quais obras brasileiras vão ser licenciadas e produzidas para seus catálogos com dinheiro público de renúncia fiscal (Câmara dos Deputados, 2025).

Diante das relações nada transparentes e falta de isonomia de informação, é preciso descortinar os procedimentos políticos da *Netflix* e evidenciar que o jogo político é desigual e coloca em xeque nossa “soberania imaginativa” (Reis; Costa; Gomes,

2025). Para os curadores da *Mostra de Tiradentes*:

Há de se questionar o quanto a realidade do mercado baseada na mercadoria e em valores abstratos coopta as energias de transformação no Brasil. Assunto vasto e que envolve o campo das ideias, o exercício das políticas públicas e o *background* profundo desse assunto diz respeito, no fim das contas, à nossa *soberania imaginativa*. (Reis; Costa; Gomes, 2025, p.4)

O interesse da *Netflix* é claro, os da *Filmes de Plástico* parecem estar na velocidade de sua tomada de decisão, garantia de orçamento e burocracia limitada de seus processos. Junto a isso, uma aposta dentro da política da produtora que atua em um jogo de negociação permanente com metodologia própria e projetos de industrialização, poder e hegemonia. Thiago Macedo, o produtor esclarece:

Este é um projeto que existe há bastante tempo na produtora, e a *Netflix* é nossa parceira, financia o filme, mas ele não é um original da rede de *streaming*. Nós queríamos exibi-lo no cinema, porque é muito importante para nós, e eventualmente ele será exibido para o mundo inteiro quando entrar na *Netflix*. Então, é uma mescla de dois mundos. Está sendo bem legal fazer essa construção conjunta (Maria, 2024).

Independentemente do resultado do filme, os caminhos traçados mostram que as novas peças no tabuleiro constituem outras possibilidades para o cinema brasileiro. É importante que pesquisas acadêmicas da área olhem para este caso a partir das dinâmicas sistêmicas entre políticas públicas, economia, cultura e cinema brasileiro.

Considerações finais

A parceria da *Filmes de Plástico* com a *Netflix* torna-se encontro fundante para entender as negociações, resistências e aderências possíveis para pensar os rumos do



cinema brasileiro contemporâneo, e a atuação das políticas públicas na condução da regulamentação das plataformas de vídeo sob demanda no país em 2025.

Por um lado, a *Netflix* com essa parceria põe em prática no Brasil seu projeto político com estratégias de atenuação da regulamentação do VOD, criando possibilidade de diferenciação e premiações por qualidade artística, o que falta aos seus 41 filmes realizados. Por outro lado, essa produtora, com destaque crítico nacional e internacional, busca ampliar e crescer dentro e fora do país, ainda que as relações de poder sejam bastante diferentes e desiguais.

Como aponta Jin (2023, p. 461), com relação à Coreia, também aqui se pode observar que:

A *Netflix* desenvolveu, sem dúvida, suas estratégias corporativas a partir de seu poder de distribuição global. Muitos criadores culturais da indústria televisiva sul-coreana — incluindo emissoras abertas, canais a cabo e produtoras independentes — mostram-se parcialmente dispostos a colaborar com a plataforma em razão do apoio financeiro que ela proporciona. O principal interesse, entretanto, está na possibilidade de alcançar a circulação global de suas produções culturais por meio da *Netflix*, algo incomparável à exportação de conteúdos individuais para um número limitado de países. A empresa utiliza aprendizado de máquina (*machine learning* – ML) para configurar seu catálogo de conteúdos culturais, identificando as características que tornam [segundo o seu entender] o conteúdo local bem-sucedido (*Netflix*, 2019). O poder de distribuição da *Netflix*, associado a algoritmos de inteligência artificial (*artificial intelligence* – AI), tem obtido sucesso o que vem transformando significativamente a produção cultural convencional nos mercados locais.

A opacidade de informações oficiais e contratuais impõe um limite à pesquisa e evidencia o jogo político desigual. Mais do que o resultado do filme, apontamos um movimento de mudança no campo do audiovisual brasileiro que altera práticas políticas e simbólicas do cinema brasileiro contemporâneo diante da geopolítica mundial. Não é



possível ignorar a expansão de um modelo hegemônico propositalmente agenciador de “desregulamentação”, com projeto político e estratégias bem desenhadas e implementadas.

A celebração ou a condenação da parceria pode gerar miopias para entender a complexidade do momento. Os encontros, negociações, resistências, aderências e disputas, quando encaradas como fricção intelectual, podem enriquecer o campo em vez de fragmentá-lo.

Referências

AUTRAN, Arthur. **O pensamento industrial cinematográfico brasileiro**. São Paulo: Hucitec, 2013.

ARAÚJO, Inácio. *Marte Um*, filme escolhido para representar o Brasil no Oscar. **Folha de S. Paulo**. 24 de setembro de 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2022/09/marte-um-filme-escolhido-para-representar-o-brasil-no-oscar-encanta-minas-gerais.shtml>. Acesso em: 29 dez. 2025.

ARRUDA, Talita. **“Beneficiários da exceção”**: distribuição dos filmes selecionados no edital SAV/MINC/FSA no 03/2016. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Cachoeira, 2024.

BAHIA, Lia. Políticas públicas para o cinema e audiovisual em três atos: os movimentos do cinema e audiovisual no Brasil nos anos 2000. **Revista Espirales**, Foz do Iguaçu, v. 7, n. 2, 2023, p. 27-42. Disponível em: <https://doi.org/10.29327/2336496.7.2-2>. Acesso em: 29 dez. 2025.

BAHIA, Lia; BUTCHER, Pedro; TINEN, Pedro. O setor audiovisual e os serviços de streaming: da necessidade de repensar a regulação e as políticas públicas. **Revista EPTIC - Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura**, Aracaju, v. 24, n. 3, p. 101-116, 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/epitic/article/view/17814>. Acesso em: 29 dez. 2025.

BAKHTIN, Mikhail. **The dialogic imagination**. Austin: University of Texas Press, 1981.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp/Zouk, 2007.

BUTCHER, Pedro. **Hollywood e o mercado de cinema no Brasil: princípios de uma hegemonia**. Belo Horizonte: Letramento, 2024.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. Câmara aprova projeto que prevê cobrança de tributo sobre o serviço de streaming audiovisual. **Agência Câmara de Notícias**, 05 de nov. 2025. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/1219345-camara-aprova-projeto-que-preve-cobranca-de-tributo-sobre-o-servico-de-streaming-audiovisual>. Acesso em: 29 dez. 2025.



CORREIA, Thiago Macêdo. *Marte Um* leva o Prêmio Especial do Júri em Gramado [...]. **50º Festival de Gramado de 2022**. Gramado, 21 de agosto de 2022. Transcrição de vídeo. Instagram: @guerra.flavia. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/ChiP8Nfsk0K/>. Acesso em: 04 jan. 2026.

CUNNINGHAM, Stuart; SCARLATA, Alexa. New forms of internationalisation? The impact of Netflix in Australia. **Media International Australia**, v. 177, n. 1, p. 149-164, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1329878X20941>. Acesso em: 29 dez. 2025.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. [Projeto Periferia]. 2003. Disponível em: <https://www.marxists.org/portugues/debord/1967/11/sociedade.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2025.

DI LORENZO, Alessandro. Netflix cria um prêmio para filmes brasileiros. **Olhar Digital**. 09 de outubro de 2023. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2023/10/09/cinema-e-streaming/netflix-cria-um-premio-para-filmes-brasileiros-veja-os-detalhes/>. Acesso em: 10 nov. 2025.

FANTASMAS. Direção: André Novais Oliveira. Brasil, 2010, 11 min., sonoro, colorido.

FERNANDES, Marina Rossato; ALBORNOZ, Luis A. Netflix as a policy actor: shaping policy debate in Latin America. **Journal of Digital Media & Policy**. v. 14, n. 2, 2023, p. 249–268. Disponível em: https://doi.org/10.1386/jdmp_00124_1. Acesso em: 29 dez. 2025.

FILMES DE PLÁSTICO por André Novais Oliveira, Gabriel Martins, Maurilio Martins e Thiago M. Correia. **Youtube**. Publicado pelo canal: Meio Amargo | Canal de Cinema, 11 de julho de 2024. 1 vídeo (12 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8S47F-Rb7k4>. Acesso em: 08 ago. 2025.

FRASER, Nancy. Reconhecimento sem ética? **Lua Nova**, São Paulo, n. 70, p. 101-138, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-64452007000100006>. Acesso em: 29 dez. 2025.

GIL, Gilberto. **Discurso posse Ministério da Cultura 2003**. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u44344.shtml>. Acesso em: 09 ago. 2025.

GOMES, Paulo Emílio Salles. **Cinema: uma trajetória no subdesenvolvimento**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

CARNEIRO, Raquel. Gabriel. A aposta da Netflix no próximo filme do diretor de *Marte Um*. **Veja**, São Paulo, 17 de junho de 2024, Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/em-cartaz/a-aposta-da-netflix-no-proximo-filme-do-diretor-de-marte-um/>. Acesso em: 29 dez. 2025.

HOGG, Michael; VAUGHAN, Graham. **Social psychology**. Londres: Pearson Education, 2018.

JIN, Dal Yong. The Construction of Platform Imperialism in the Globalization Era. **TripleC: Communication, Capitalism & Critique – Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society**, v. 11, n. 1, p. 145–172, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.31269/triplec.v11i1.458>. Acesso em: 04 jan. 2025.



JIN, Dal Yong. Netflix's effects on the Korean Wave: power relations between local cultural industries and global OTT platforms. **Asian Journal of Communication**, v. 33, n. 5, p. 452-469, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/01292986.2023.2232368>. Acesso em: 29 dez. 2025.

MARIA, Laura. Novo longa da Filme de Plástico para Netflix tem cenas filmadas na Rede Minas. **O Tempo** [Entretenimento], 15 de outubro de 2024. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/entretenimento/2024/10/15/novo-longa-da-filme-de-plastico-para-netflix-tem-cenas-filmadas->. Acesso em: 21 ago. 2025.

MARTE um. Direção: Gabriel Martins. Brasil, 2022, 115 min., sonoro, colorido.

MARTINS, Gabriel. Marte Um: entrevista com o diretor do representante do Brasil no Oscar. [Entrevista cedida] a Alessandra Alves. **Cinema em Cena**. [Brasil em Cena], 2022. Disponível em: <https://cinemaemcena.com.br/coluna/ler/2695/marte-um-entrevista-com-o-diretor-do-representante-do-brasil-no-oscar>. Acesso em: 10 ago. 2025.

MEDEIROS, Jotabê. Manifestantes irão às ruas contra PL do streaming. **Farofafá**. 31 de outubro de 2025. Disponível em: <https://farofafa.com.br/2025/10/31/manifestantes-irao-as-ruas-contr-pl-do-streaming/>. Acesso em: 03 nov. 2025.

MESQUITA, Cláudia. Obra em processo ou processo como obra? *In*: **Ciclo de debates do evento Cinema Brasileiro Anos 2000**: 10 questões. Rio de Janeiro, Centro Cultural Banco do Brasil, 5 de maio de 2011. Transcrição do debate disponível em: <http://www.revistacinetica.com.br/anos2000/questao9.php>. Acesso em: 03 nov. 2025.

NETFLIX. **Netflix Environmental, Social and Governance Report 2021 – SASB Report**. 2022. Disponível em: <https://relayto.com/explore/netflix-esg-report-dzy5dvhem2qhi>. Acesso em: 04 jan. 2025.

NETFLIX. **Netflix Lança Coleção Especial para Celebrar o Dia do Cinema Nacional**, 18 de junho de 2025. Disponível em: https://about.netflix.com/pt_br/news/netflix-releases-a-special-collection-for-brazilian-cinema-day. Acesso em: 29 dez. 2025.

NO CORAÇÃO do mundo. Direção: Gabriel Martins e Maurílio Martins. Brasil, 2019, 120 min., sonoro, colorido.

JORNAL do Padre Eustáquio. Olha isso no elevado Dona Helena Greco!!!, *Jornal do Padre Eustáquio*, Belo Horizonte, 2024. Instagram: @jornaldopadreeustaquio. 29 de setembro de 2024. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DAGddsxxDTy/>. Acesso em 21 ago. 2025

KONINGVELD, Jan-Jaap; REIJNEVELD, Minke. Netflix in own privacy cliffhanger: EUR 4.75 million fine from Dutch GDPR Watchdog. **Stibbe**. 19 de dezembro de 2024. Disponível em: <https://www.stibbe.com/publications-and-insights/netflix-in-own-privacy-cliffhanger-eur-475-million-fine-from-dutch-gdpr>. Acesso em: 10 out. 2025.

O ESTADO de São Paulo. Globoplay, Netflix, Prime Video e outros streamings criam associação. **O Estado de São Paulo**, 12 de março de 2025. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/midia-mkt/globoplay-netflix-e-prime-video-e-outros-streamings-criam-associacao/>. Acesso em: 05 ago. 2025.

OLIVEIRA, Novais André. **Temporada**. Belo Horizonte: Editora Javali, 2021.



O TEMPO. Cinema em BH [...]. Belo Horizonte. Instagram: @otempo. 29 de setembro de 2024. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DAGjmQdRwVY/>. Acesso em 21 ago. 2025.

PORTELA, Gabriel, **O impacto econômico do Fundo Setorial do Audiovisual em Belo Horizonte**. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2023.

REIS, Francis Vogner; COSTA, Juliana; GOMES, Juliano. **Mostra Olhos Livres**. Catálogo 28ª Mostra de Tiradentes, Universo Produção, 2025.

SINGER, André. A história e seus ardis. **Folha de São Paulo**, 19 de setembro de 2010. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrissima/il1909201005.htm>. Acesso em: 06 ago. 2025.

SINGER, André. **Os sentidos do Lulismo**: reforma gradual e pacto conservador. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

SCHVARZMAN, Sheila. O protagonismo negro enfim faz sucesso: a autorrepresentação em *Medida Provisória* e *Marte Um*. **Matrizes**, São Paulo, v.18, n. 2, maio/ago, p. 87-109, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v18i2p87-109>. Acesso em: 29 dez. 2025.

SCHVARZMAN, Sheila. O cinema brasileiro, o *streaming* e o imperialismo de plataforma. In: XXVII Encontro da Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual – SOCINE. Campo Grande, 22 a 25 de outubro de 2024, **Anais** [...]. Disponível em: https://associado.socine.org.br/anais/2024/24217/sheila_schvarzman/o_cinema_brasileiro_o_streaming_e_o_imperialismo_de_plataforma. Acesso em: 04 jan. 2025.

SCHVARZMAN, Sheila. **Um cinema submisso**: os filmes brasileiros da Netflix (2017-2024), 2025. Texto inédito (no prelo).

SPIVAK, Gayatri. **Pode o subalterno falar?** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2018.

TEMPORADA. Direção: André Novais Oliveira. Brasil, 2018, 73 min., sonoro, colorido.

VAQUER, Gabriel. Netflix supera 25 milhões de clientes no Brasil; quase metade está em plano com anúncios. **Folha de São Paulo**, 19 de fevereiro de 2025. Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/colunistas/outro-canal/2025/02/netflix-supera-25-milhoes-de-clientes-no-brasil-quase-metade-esta-em-plano-com-anuncios.shtml>. Acesso em: 10 out. 2025.

VICENTINA pede desculpas. Direção: Gabriel Martins (sem data de lançamento).

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.



^I Sheila Schvarzman

Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em História Social da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Realizou pós-doutorado no Programa de Pós-Graduação em Multimeios da Unicamp. Professora e pesquisadora do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi (UAM). Bolsista de Produtividade PQ2 do CNPq.

E-mail: sheilas1000@outlook.com

^{II} Lia Bahia Cesario

Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (UFF). Professora e pesquisadora do Departamento de Cinema e Vídeo da UFF.

E-mail: liabahia@id.uff.br

Informações sobre o artigo

Resultado de projeto de pesquisa:

Resultado parcial de pesquisa da Bolsa Produtividade CNPQ PQ 314828/2021-4 e do Instituto Ânima.

Fontes de financiamento:

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, Brasil.

Considerações éticas:

Não se aplica.

Declaração de conflitos de interesse:

Não se aplica.

Apresentação anterior:

Não se aplica.

Informações sobre coautoria

Concepção e desenho do estudo:

Sheila Schvarzman, Lia Bahia Cesario.

Aquisição, análise ou interpretação dos dados:

Sheila Schvarzman, Lia Bahia Cesario.

Redação do manuscrito:

Sheila Schvarzman, Lia Bahia Cesario.

Artigo recebido em: 23/08/2025. Artigo aceito em: 20/12/2025.