

A farsa dos Originais: a instrumentalização da Onda Coreana pela Netflix Brasil

La farsa de los Originales: la instrumentalización de la ola coreana por Netflix Brasil

The Originals' ruse: Netflix Brazil's instrumentalization of the Korean Wave

Daniela Mazur

Doutora em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense. Atualmente, pesquisadora de pós-doutorado no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense com bolsa FAPERJ Nota 10 e integrante do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Disputas e Soberanias Informacionais (INCT-DSI) e do Centro de Referência para o Ensino do Combate à Desinformação (CODES). E-mail: danielamazur@id.uff.br.

Melina Meimaridis

Doutora em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense. Atualmente é pesquisadora de pós-doutorado no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense com bolsa Nota 10 da FAPERJ e integrante do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Disputas e Soberanias Informacionais (INCT-DSI). É membra do Global Internet TV Consortium. E-mail: melinam@id.uff.br.

Daniel Rios

Doutor em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense. É pesquisador de pós-doutorado em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense, com projeto financiado pela FAPERJ. É pesquisador associado do grupo TeleVisões (Núcleo de Pesquisa em Televisão e Novas Mídias) e do Centro de Referência para o Ensino do Combate à Desinformação (CODES). E-mail: daniel_rios@id.uff.br.



Creative Commons



Atribuição



Não comercial



Compartilha igual

<https://br.creativecommons.net/licencas/>

Resumo

Examinamos a instrumentalização da Onda Coreana pela Netflix no Brasil a partir de um recorte referente a 2022, momento histórico que permite reconstituir a emergência de estratégias de mediação da *Hallyu* hoje naturalizadas pela plataforma no país. Buscamos evidenciar as estratégias imperialistas subjacentes à sua expansão transnacional. Com base no exame da biblioteca da Netflix Brasil, na análise da categoria "Original Netflix" e no mapeamento das produções sul-coreanas disponíveis, argumentamos que a plataforma reconfigura simbolicamente a autoria dessas obras, apagando a indústria sul-coreana e consolidando-se como mediadora hegemônica. O estudo revela como plataformas estadunidenses aprofundam assimetrias globais, subordinando indústrias periféricas não-ocidentais aos seus interesses corporativos e reproduzindo dinâmicas de imperialismo de plataforma.

Palavras-chave: Onda Coreana; Netflix; Imperialismo de plataforma; Originais Netflix.

Resumen

Examinamos la instrumentalización de la Ola Coreana por parte de Netflix en Brasil a partir de un recorte referente a 2022, momento histórico que permite reconstituir la emergencia de estrategias de mediación de la *Hallyu* hoy naturalizadas por la plataforma en el país. Buscamos evidenciar las estrategias imperialistas subyacentes a su expansión transnacional. A partir del examen de la biblioteca de Netflix Brasil, del análisis de la categoría "Original Netflix" y del mapeo de las producciones surcoreanas disponibles, argumentamos que la plataforma reconfigura simbólicamente la autoría de esas obras, borrando a la industria surcoreana y consolidándose como mediadora hegemónica. El estudio revela cómo las plataformas estadounidenses profundizan las asimetrías globales, subordinando las industrias periféricas no occidentales a sus intereses corporativos y reproduciendo dinámicas de imperialismo de plataforma.

Palabras-clave: Ola coreana; Netflix; Imperialismo de plataforma; Originales de Netflix.

Abstract

We examine the instrumentalization of the Korean Wave by Netflix in Brazil focusing on 2022, a historical juncture that allows us to reconstruct the emergence of *Hallyu* mediation strategies now naturalized by the platform in the country. We seek to highlight the imperialist strategies underlying its transnational expansion. Drawing on an examination of the Netflix Brazil library, the "Netflix Original" category, and a mapping of the South Korean productions available, we argue that the platform symbolically reconfigures the authorship of these works, erasing the South Korean industry and consolidating itself as a hegemonic mediator. The study reveals how U.S.-based platforms deepen global asymmetries by subordinating non-Western peripheral industries to their corporate interests and reproducing dynamics of platform imperialism.

Keywords: Korean Wave; Netflix; Platform imperialism; Netflix Originals.

Introdução

As indústrias audiovisuais atravessam transformações profundas em escala global, com as plataformas de *streaming* de vídeo subvertendo modelos de negócio, regimes de circulação e relações de poder. Esse movimento, compreendido como plataformação do audiovisual, representa um deslocamento da mediação cultural para infraestruturas corporativas transnacionais que subordinam os arranjos produtivos e distributivos que organizaram os mercados nacionais (Chalaby, 2023). A Netflix exemplifica a concentração de poder nesse mercado globalizado. Em janeiro de 2026, a empresa declarou ter 325 milhões de assinantes em mais de 190 países¹, reforçando sua hegemonia sobre mercados diversos. No Brasil, após mais de uma década de operação, dados de fevereiro de 2025 indicam aproximadamente 25 milhões de assinantes², consolidando-se como líder no segmento.

Para compreender esse fenômeno à luz das assimetrias de poder globais, a noção de *imperialismo* constitui uma chave analítica atual e fundamental. Dal Yong Jin (2015) formula o conceito de *imperialismo de plataforma*, definido como uma relação assimétrica de interdependência de países da periferia global com forças ocidentais, especialmente os Estados Unidos, através das plataformas digitais e suas tecnologias. Em sua formulação inicial, Jin examina plataformas como Facebook, YouTube e Google, evidenciando dimensões como controle de dados, uso intensivo de algoritmos e dependência infraestrutural, dentre outras formas de dominação. O autor sustenta que a acumulação de capital permanece concentrada nas grandes potências ocidentais, à medida que empresas estadunidenses aprofundam assimetrias por meio de suas plataformas.

Se a formulação inaugural do imperialismo de plataforma não contemplou as plataformas de *streaming* como a Netflix, investigações posteriores do próprio autor e de outros pesquisadores têm se dedicado a suprir essa lacuna (Meimaridis; Mazur; Rios, 2021; Jin, 2023; Han; Jin; Yoon, 2024). Nessa perspectiva atualizada, a Netflix é caracterizada não como mera distribuidora, mas como uma “mediadora cultural” que “controla e manipula os fluxos transnacionais de conteúdo cultural” (Jin, 2025, p. 2, tradução nossa). Davis (2021) aprofunda esse raciocínio ao cunhar o termo *imperialismo Netflix*, descrevendo o processo pelo qual a plataforma consolida uma posição monopolista. Isso se dá ao expandir sua produção transnacional, absorver talentos locais e utilizar economias de escala para dominar mercados, enfraquecendo indústrias locais e fortalecendo sua acumulação de capital. Esse debate se apresenta diante das estratégias de globalização da Netflix, que são naturalizadas e respaldadas pelo discurso neoliberal. Assim como Chen (2010) aponta, as forças da globalização estão longe de constituir um fenômeno novo e neutro, pois os elementos que a caracterizam — como os fluxos de capital, de cultura e de poder centrados nos Estados Unidos — representam apenas uma continuidade das estruturas imperialistas previamente estabelecidas, ainda que sob uma nova roupagem. Portanto, não constituem uma superação dessas estruturas.

Entre as múltiplas dimensões desse imperialismo mobilizado pela Netflix, há uma que tem recebido menor atenção nos debates acadêmicos: o apagamento sistemático das indústrias culturais periféricas por meio do selo “Original Netflix”. É justamente essa prática que este artigo se propõe a problematizar. Para compreender como essas dinâmicas se manifestam para além do eixo ocidental, evidenciando assimetrias encobertas pelo discurso da diversidade global, a expansão da indústria cultural sul-coreana e sua mediação pela Netflix constitui um

¹ <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2026/01/20/netflix-lucro-balaco.htm> Acesso em: 12 fev. 2026

² <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: 12 fev. 2026

campo privilegiado de análise.

A chamada Onda Coreana (*Hallyu*) chegou ao Brasil entre o final dos anos 2000 e o início da década de 2010, transformando o país em mercado estratégico para a indústria cultural sul-coreana (Mazur, 2023; Regatieri, 2017). No audiovisual, o Brasil posicionou-se em 2020 entre os países de maior crescimento no consumo de K-dramas mundialmente³. Durante anos, esse consumo sustentou-se predominantemente através da pirataria. Ainda que plataformas especializadas em dramas de TV asiáticos, como Viki e DramaFever, já atuassem no país, foi com sua incorporação ao catálogo da Netflix que o consumo alcançou dimensão *mainstream*.

Este artigo examina um momento específico da instrumentalização da *Hallyu* pela Netflix no Brasil, a partir de um recorte empírico referente a 2022. Esse período é compreendido não como um simples marco temporal, mas como uma configuração histórica da plataforma anterior às transformações que redefiniram sua interface e suas formas de apresentação do catálogo. Longe de constituir uma limitação decorrente da dinâmica dos catálogos digitais, ele preserva evidências de estratégias posteriormente naturalizadas na arquitetura da plataforma, tornando-se um registro privilegiado das assimetrias que estruturam a circulação transnacional da *Hallyu*. Busca-se, assim, investigar o funcionamento desses mecanismos no período em que ainda operavam de forma explícita.

O momento fixado através do recorte de 2022 também opera considerando uma virada importante no consumo de K-dramas na Netflix tanto no Brasil quanto no resto do mundo. O ano marcou um ápice importante do crescimento de interesse nesse conteúdo na plataforma: 60% dos usuários globais da Netflix assistiram pelo menos um filme ou K-drama no ano de 2022⁴. Esse movimento insere-se em um contexto em que o consumo de K-dramas vinha crescendo de forma relevante desde o início da pandemia de COVID-19. Em 2020, o Brasil registrou o terceiro maior crescimento no consumo de K-dramas do mundo em comparação ao período anterior à pandemia⁵. Portanto, o recorte apresentado pelos dados levantados nesta pesquisa aponta um momento de destaque do Brasil no cenário global da *Hallyu*, período em que a Netflix também ampliava seu papel na circulação global de produções sul-coreanas. Esse processo refletiu também as estratégias mercadológicas da empresa à época, que passava por um processo de expansão global e apostava diretamente no ainda pouco explorado mercado da Ásia-Pacífico, tendo a Coreia do Sul como base para sua expansão nessa região (Mazur; Meimaridis; Rios, 2021).

Em nosso levantamento realizado em 15 de fevereiro de 2022, identificamos mais de 190 títulos sul-coreanos disponíveis na Netflix Brasil, compreendendo filmes, documentários, dramas, animações e programas de variedades. Desses, 122 eram classificados como "Originais Netflix". Mas o que significa exatamente essa classificação?

A Netflix classifica como produção Original obras que financia e obras que licencia com exclusividade (nacional, regional ou global). Penner e Straubhaar (2020) compreendem essa estratégia como uma "medida para 'inflar' a quantidade de títulos... já que a Netflix tem se consolidado nos últimos anos como a maior produtora audiovisual do mundo" (p. 135-136). Petruska e Woods (2019) acrescentam que, ao desvincular o título de sua origem, a empresa "apaga os históricos de produção e exibição dos programas em seus países de origem" (p. 50, tradução nossa). Neste artigo, aprofundamos esse debate ao sustentar que o selo Original Netflix opera como um dispositivo de reconfiguração simbólica da autoria, obscurecendo a indústria cultural sul-coreana. Na interface do serviço, a categoria é apresentada a partir de

³ <https://extra.globo.com/tv-e-lazer/k-pop/na-onda-do-pop-como-hallyu-fez-do-brasil-terceiro-maior-consumidor-de-dramas-na-pandemia-25100225.html> Acesso em: 14 fev. 2026

⁴ <https://www.koreaherald.com/article/3030992> Acesso em: 29 jul. 2026

⁵ <https://oglobo.globo.com/cultura/na-onda-do-pop-como-hallyu-fez-do-brasil-terceiro-maior-consumidor-de-dramas-na-pandemia-25098742> Acesso em: 29 jul. 2026

um conjunto de elementos textuais, sonoros e iconográficos que distinguem produções “Originais” das demais presentes no catálogo. Nossa hipótese é que a Netflix instrumentaliza a Onda Coreana para consolidar-se como mediadora e aparente produtora central desse conteúdo, deslocando a visibilidade dos agentes responsáveis pelas obras.

Concordamos com os trabalhos de César Bolaño sobre como as indústrias culturais de países não-ocidentais, como o Brasil e a Coreia do Sul, não são meras cópias do modelo ocidental (Bolaño, 2000), ao mesmo tempo em que entendemos que as plataformas digitais têm imposto novas formas de dependência que resgatam e atualizam estruturas imperialistas ao valer-se do capital financeiro e da globalização para disputar o mercado global (Martins; Bolaño, 2025). Frente a isso, compreendemos que as atuais forças midiáticas ocidentais, como a Netflix, no curso de suas empreitadas transnacionais, esforçam-se por impor seus modelos e apagar a força autoral de iniciativas oriundas dessas nações não-ocidentais, em um movimento de bases imperialistas, a fim de torná-las progressivamente dependentes do modelo ocidental e das infraestruturas das plataformas estadunidenses. Tanto que as lógicas tradicionais da própria empresa são regidas por políticas de opacidade, caracterizadas pela recusa em divulgar dados precisos de audiência, métricas de visualização e algoritmos que permitiriam maior transparência, especialmente em mercados menos hegemônicos.

Este artigo, portanto, examina a expansão transnacional da Netflix, ressaltando suas implicações para indústrias culturais não-ocidentais e, para isso, acionamos os debates sobre imperialismo e orientalismo, necessários para entender as flexões de fenômenos para além do Ocidente. Buscamos, assim, tensionar o posicionamento da Netflix como principal agente da indústria televisiva sul-coreana no Brasil. Para tanto, avaliamos a presença de conteúdo sul-coreano na biblioteca da Netflix Brasil, com foco nas produções classificadas como Originais Netflix, a partir de três questões orientadoras:

- Q1) Como a Netflix posiciona o conteúdo e a indústria coreana em sua biblioteca brasileira?
- Q2) Quais tipos de “Originais” sul-coreanos compõem essa biblioteca?
- Q3) Quais símbolos e elementos a Netflix adiciona ou remove dessas produções para apresentá-las como “Originais”?

Reconhecemos que a Netflix desempenha papel relevante na ampliação do acesso ao audiovisual sul-coreano no Brasil. Contudo, beneficia-se de uma indústria não-ocidental para se apresentar como uma marca que promove diversidade (Asmar; Raats; Van Audenhove, 2023). Nesse processo argumentamos que a empresa estadunidense Netflix reforça a perigosa percepção de que é *a maior mediadora e produtora de obras audiovisuais sul-coreanas*. A experiência brasileira oferece um terreno privilegiado para compreender as complexidades da atuação da Netflix como uma mediadora hegemônica da *Hallyu* em mercados da periferia global.

O que é Original, Netflix?

Em 2013, ao lançar *House of Cards* (Netflix, 2013-2018), a Netflix passou a rotular algumas de suas produções de “Originais Netflix”. Com essa estratégia, buscava se diferenciar da TV linear e, mais recentemente, de outros *players* em um mercado extremamente competitivo, destacando o alcance global dessas obras (Wayne; Uribe Sandoval, 2023). No entanto, a definição de Original dada pela Netflix é intencionalmente ambígua e acaba por enganar o espectador sobre a verdadeira origem da produção (Petruska; Woods, 2019).

De acordo com o dicionário Michaelis⁶, a palavra “original” possui muitas definições. Como adjetivo, pode designar algo “que revela autenticidade” ou ainda algo “de caráter inovador”, como uma obra ou um artista original. Como substantivo, refere-se àquilo produzido “pelo próprio autor”, indicando autoria. Em ambos os casos, associa-se tanto à singularidade da obra quanto à inventividade de seus criadores. No contexto da produção e dos fluxos televisivos globais, a noção de “obra original” extrapola a ideia de criação ou financiamento por uma empresa específica, vinculando-se também a um país e, de modo mais amplo, a uma determinada indústria cultural.

Para Petruska e Woods (2019), ao categorizar como “Original” obras das quais detêm apenas os direitos de exibição, “certos serviços SVOD se envolvem em uma forma de plágio de produção, negando aos produtores que assumem a maior parte do risco a visibilidade de seu sucesso para construir o capital criativo de suas próprias marcas” (p. 53, tradução nossa). As autoras propõem duas categorias para os Originais de SVODs estadunidenses: (1) “Originais falsos” (p. 51), obras licenciadas produzidas por terceiros; e (2) “Originais de fabricação própria” (p. 51), títulos efetivamente comissionados e ao menos parcialmente financiados pela plataforma. Embora muitos *players* adotem práticas semelhantes, alguns distinguem em seus catálogos as produções próprias, denominadas “Originais”, daquelas cujos direitos foram adquiridos com exclusividade, como a Amazon Prime Video e a Globoplay.

No caso da Netflix, a categoria “Originais” reúne uma “mistura de conteúdo próprio e produzido pela Netflix, bem como coproduções e aquisições”⁷ (tradução nossa), segundo o então CFO David Wells. Em outras palavras, a empresa pode induzir assinantes a interpretações equivocadas sobre a real origem das obras. A série *Better Call Saul* (AMC, 2015-2022) exemplifica um “Original falso”: desenvolvida a partir de uma parceria entre a emissora AMC e a Sony Pictures Television⁸, aparece nos catálogos da Netflix na América Latina e na Europa com o selo “Original Netflix”. Já *Stranger Things* constitui um “Original de fabricação própria”, financiado pela plataforma. Distinguir essas categorias nem sempre é simples, sobretudo pela escassez de dados sobre o financiamento das produções. Ao deslocar esses produtos culturais de seus contextos nacionais, a Netflix contribui para torná-los “menos ‘estrangeiros’”: eles perdem seu significado nacional distinto e o público perde literacia midiática global” (Petruska; Woods, 2019, p. 53, tradução nossa).

O debate torna-se ainda mais complexo quando consideramos que a Netflix tem investido na produção e distribuição de conteúdos “locais”, especialmente de países não-anglófonos, buscando posicionar-se como mediadora de narrativas para um público “global” (Meimaridis; Mazur; Rios, 2021). Se, por um lado, plataformas transnacionais ampliam a circulação de obras oriundas de indústrias audiovisuais não-hegemônicas, por outro, a rotulagem de títulos licenciados como Originais Netflix suscita preocupações quanto ao apagamento dos agentes dessas indústrias nacionais.

Esse problema não afeta apenas países não-ocidentais. A primeira temporada da espanhola *La Casa de Papel* (Antena 3, 2017; Netflix, 2019–2021), originalmente exibida pela Antena 3, também foi promovida como Original Netflix. Concebida inicialmente como uma narrativa fechada, a série passou a integrar o catálogo com a identidade visual da plataforma (incluindo *thumbnail* e vinheta de abertura)⁹ como se fosse uma produção própria. Apenas após seu êxito

⁶ <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/original> Acesso em: 14 fev. 2026

⁷ <https://variety.com/2016/digital/news/netflix-50-percent-content-original-programming-cfo-1201865902/> Acesso em: 14 fev. 2026

⁸ <https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/breaking-bad-spinoff-how-amc-630464/> Acesso em: 14 fev. 2026

⁹ *Thumbnail*, ou miniatura, é a “arte de capa” das obras presentes no catálogo. De acordo com a Netflix,

internacional a empresa encomendou novas temporadas. Em mercados periféricos, como Brasil, Coreia do Sul e Colômbia, a assimetria de poder é ainda mais evidente, dificultando a contestação dessas práticas e a proteção das indústrias nacionais diante dos fluxos globais.

À luz de Petruska e Woods (2019), isolamos, em nossa análise, os Originais sul-coreanos falsos e os de fabricação própria no catálogo brasileiro da Netflix. Diante da dificuldade de acessar dados confiáveis sobre o financiamento dessas obras, adotamos a variável “janela de exibição” para categorizar os Originais Netflix examinados. Essa escolha metodológica contribui para compreender práticas imperialistas da plataforma, como discutiremos adiante.

Considerando ainda que produções adquiridas com exclusividade “são comercializadas apenas como Originais nos territórios negociados, mas não no país de origem” (Afilipoaie *et al.*, 2019, p. 321, tradução nossa), entendemos que uma estratégia analítica profícua é comparar os catálogos brasileiro e sul-coreano da empresa, identificando quais títulos recebem o selo “Original Netflix” em cada contexto. Embora concordemos com Lobato (2018) sobre a importância de atentar às especificidades locais ao estudar a Netflix, ressaltamos que não se pode negligenciar as dinâmicas de poder reforçadas pela plataforma, como argumenta Jin (2023; 2025). Nesse sentido, examinar a presença de produções sul-coreanas no catálogo brasileiro constitui um caminho relevante para problematizar como a empresa instrumentaliza a *Hallyu* e se beneficia, de forma mais ampla, da indústria cultural sul-coreana.

A *Hallyu* no catálogo da Netflix Brasil

A análise de catálogos de vídeo sob demanda enfrenta ao menos dois entraves. Primeiro, a instabilidade dos títulos disponíveis: mensalmente, obras entram e saem da biblioteca da Netflix. Segundo, a opacidade da plataforma e seu sistema de recomendação personalizado dificultam mensurar com precisão a dimensão do catálogo (Lobato, 2018). Portanto, ressaltamos que os dados coletados aqui são uma foto do momento da pesquisa, mas que representam uma tendência contínua na disponibilização de produtos midiáticos sul-coreanos no Brasil.

Para analisar a *Hallyu* no catálogo brasileiro da Netflix, adotamos procedimentos metodológicos sistematizados em etapas. A coleta foi realizada a partir de um perfil recém-criado, sem histórico de consumo, configurado em português (Brasil) e acessado via IP brasileiro, por navegador web e sem interações prévias, a fim de minimizar interferências algorítmicas. Com esse perfil, realizamos buscas manuais por produções sul-coreanas utilizando as palavras-chave: “Coreia do Sul”, “Coreia”, “K-drama”, “dramas coreanos”, “filmes coreanos”, “produções coreanas” e “animações coreanas”. Também exploramos categorias sugeridas pela própria plataforma, como “dramas românticos de TV coreanos” e “baseados em *webtoon*¹⁰”. Nosso objetivo não foi mapear o catálogo absoluto, mas o catálogo visível ao usuário médio. A coleta, realizada em 15 de fevereiro de 2022, resultou em 198 títulos. Reconhecemos, contudo, que algumas obras podem não ter sido capturadas. Durante a filtragem, verificamos que as buscas retornavam produções de outros países, sobretudo do Leste e Sudeste Asiáticos; por isso, checamos individualmente a origem de cada título, incluindo apenas obras efetivamente sul-coreanas. O *corpus* final corresponde, assim, às produções identificáveis por busca ativa na interface da plataforma.

Em seguida, separamos os títulos identificados como Originais Netflix. Como discutido, distinguir obras financiadas (total ou parcialmente) daquelas apenas licenciadas com

suas *thumbnails* são personalizadas. <https://netflixtechblog.com/artwork-personalization-c589f074ad76>
Acesso em: 15 fev. 2026

¹⁰ Termo que abrange os *manhwas* ou quadrinhos on-line sul-coreanos.

exclusividade é um dos principais desafios analíticos. No caso das produções sul-coreanas, a questão torna-se ainda mais complexa devido a acordos de produção e licenciamento firmados pela Netflix com empresas locais, como a CJ ENM/Studio Dragon – nesta última, a plataforma até mesmo tentou adquirir cerca de 5% de participação societária. Diante disso, a variável “janela de exibição” foi central para identificar possíveis Originais falsos. Operacionalizamos essa variável comparando a data de estreia na Coreia do Sul com a data de disponibilização no catálogo brasileiro da Netflix, com base em informações da própria plataforma e em registros públicos de exibição e distribuição. Para fortalecer a análise, verificamos ainda quais dessas produções eram classificadas como Originais no catálogo sul-coreano da empresa. Essa checagem foi realizada na mesma data da coleta brasileira, por meio de acesso via Rede Privada Virtual (VPN), permitindo a comparação entre os dois mercados.

No final, encontramos 122 obras, o que consiste o *corpus* da pesquisa. Separando por tipo de produto, descobrimos que 66,4% (n=81) são K-dramas, 18,8% (n=23) filmes, 6,6% (n=8) animações e 5,7% (n=7) programas de variedades. Além disso, séries documentais e especiais de comédia compõem igualmente 1,6% (n=2). A partir desse *dataset*, investigamos os títulos a partir de três perguntas centrais, referentes a apresentação das produções sul-coreanas na Netflix Brasil.

Q1) Como a Netflix posiciona o conteúdo e a indústria coreana em sua biblioteca brasileira?

Para oferecer evidências sobre a instrumentalização da *Hallyu* pela Netflix e sobre o possível apagamento da indústria audiovisual da Coreia do Sul pela plataforma, distinguimos os títulos produzidos pela empresa daqueles para os quais detém apenas direitos exclusivos de distribuição no Brasil. A estratégia consistiu em comparar os catálogos brasileiro e sul-coreano, diferenciando: (a) obras classificadas como Originais em ambos os países; e (b) obras rotuladas como Originais apenas no Brasil.

Tabela 1- Comparação Brasil X Coreia do Sul

	Total (n)	Total (%)
Identificados como Originais tanto no Brasil quanto na Coreia do Sul	42	34,4%
Identificados como Originais apenas no Brasil	80	65,6%

Fonte: Netflix, on-line, 2022

A Tabela 1 revela que, dos 122 títulos analisados, 65,6% (n=80) não eram identificados como produções Originais na Coreia do Sul. Ressaltamos aqui casos como os longas-metragens *Pandora* (2016), primeiro filme coreano pré-vendido para a Netflix, e *Psychokinesis* (2018), que a Netflix comprou os direitos de exibição global meses depois da exibição nos cinemas coreanos. No catálogo brasileiro, ambos são apresentados como produções Originais Netflix.

Q2) Quais tipos de "Originais" sul-coreanos compõem essa biblioteca?

Nesse quesito, observamos as produções sul-coreanas segundo seus modos de distribuição no Brasil em quatro categorias. Os *Originais Exclusivos* são aqueles cuja primeira e única janela é a Netflix, isto é, de fabricação própria, como *Round 6* (Netflix, 2021-2025) e *All of Us Are Dead* (Netflix, 2022-). Os *Originais Adquiridos* correspondem a obras já exibidas integralmente na Coreia do Sul antes de entrarem na plataforma, que atua como segunda janela, como

Prison Playbook (tvN, 2017-2018) e *Run On* (JTBC, 2020-2021). Os *Originais Não-exclusivos* incluem produções disponibilizadas no catálogo brasileiro enquanto ainda estavam em exibição em emissoras ou plataformas coreanas, seja de forma síncrona (até 24 horas após a exibição original), como *Vincenzo* (tvN, 2021) e *Crash Landing on You* (tvN, 2019-2020), seja de modo assíncrono (dias ou semanas depois), como *Our Beloved Summer* (SBS, 2021-2022) e *Mr. Sunshine* (tvN, 2018). Por fim, incluímos filmes lançados primeiro nos cinemas e posteriormente incorporados ao catálogo. Com exceção apenas dos *Originais Exclusivos*, todos os demais casos não são identificados como "Originais" no catálogo sul-coreano.

Tabela 2- Títulos Originais Netflix no catálogo brasileiro

Tipo de distribuição	Total (n)	Total (%)
Originais Exclusivos	43	35,2%
Originais Adquiridos	20	16,4%
Originais Não-exclusivos síncronos	31	25,4%
Originais Não-exclusivos assíncronos	15	12,3%
Filmes Originais com exibição nos cinemas antes de serem adicionados ao catálogo	13	10,7%

Fonte: Netflix, on-line, 2022

Dentre as obras analisadas, 64,8% (n=79) delas não tiveram a Netflix como sua primeira janela de exibição. Nesse sentido, tal como no caso da categoria de filmes mencionadas acima, todos os títulos *Originais Adquiridos* e os *Originais Não-exclusivos* não são marcados como produções Originais no catálogo sul-coreano. Somado a isso, ressaltamos os casos de produções como *Run On* e *Nevertheless* (JTBC, 2021), que foram disponibilizadas em outros mercados estrangeiros de modo síncrono, mas no Brasil só chegaram ao catálogo após a exibição completa na Coreia. Aqui consideramos essas três produções como *Originais Adquiridos*. Além disso, casos como *Hospital Playlist* (tvN, 2020-2021) foram identificados como *Originais Não-exclusivos*: durante sua primeira temporada, os episódios eram disponibilizados no Brasil no mesmo dia de sua exibição na tvN, mas a temporada seguinte só foi inserida no catálogo brasileiro após todos os episódios terem sido exibidos na emissora original.

Q3) Quais símbolos e elementos a Netflix adiciona ou remove nessas produções para apresentá-las como "Originais"?

Para responder essa questão, definimos variáveis em duas frentes. Primeiramente, identificamos elementos que a Netflix insere para apresentar produções como Originais, observando marcas estéticas na interface e nas próprias obras. Nesse caso, verificamos (a) se a *thumbnail* contém a identidade de marca da Netflix. Em geral, a empresa costuma inserir sua logo nas artes de capa de seus títulos exclusivos (Figura 1). Também verificamos (b) se há a inserção da vinheta de abertura, caracterizada por uma animação com a logo da empresa e uma trilha sonora apelidada de "TUDUM".¹¹ Desde 2019, foi implementada uma nova vinheta que, de acordo com a Netflix, foi pensada para ajudar os espectadores "a diferenciar sua programação original".¹² Além disso, verificamos (c) se há indicações textuais associando a

¹¹ O nome deriva da onomatopeia presente na trilha sonora.

¹² <https://www.animationxpress.com/latest-news/netflix-unveils-a-new-animated-logo-for-its-original->

obra à Netflix (Figura 2). Entram nessa categoria indicações como “Uma produção Original Netflix”, “Uma produção Netflix”, “Netflix apresenta” ou apenas “Netflix”. Em alguns casos, a indicação aparecia em *hangul*, alfabeto utilizado no idioma coreano, porém a informação também é traduzida para o português.

Figura 1- Os K-dramas *Something in the rain* (JTBC, 2018), *Hae Ryung, a historiadora* (MBC, 2019) e *Uma segunda chance* (tvN, 2020) marcados com o selo de Original Netflix no catálogo brasileiro



Fonte: Catálogo brasileiro da Netflix

Figura 2- A abertura modificada de *Hometown Cha Cha Cha* (tvN, 2021) com a inserção logo no começo da indicação “A Netflix Series



Fonte: Catálogo brasileiro da Netflix

Em contrapartida, observamos se elementos que identificam as empresas sul-coreanas que desenvolveram os títulos, como emissoras, plataformas e/ou produtoras audiovisuais, foram omitidos pela Netflix. Em especial, analisamos os créditos de abertura de cada obra verificando (e) se a Netflix retirou a logo e demais informações da emissora/plataforma sul-coreana e (f) se a Netflix retirou a logo e demais informações da produtora sul-coreana responsável pela confecção da obra. Tomemos como exemplo o K-drama *Hometown Cha-Cha-Cha*. Na versão original, o logotipo da emissora sul-coreana tvN integrava a identidade visual do K-drama na abertura. Entretanto, na versão disponibilizada pela Netflix, essa marca foi suprimida (Figura 3).

Figura 3- Abertura de *Hometown Cha Cha Cha* em sua versão original à esquerda e como aparece na Netflix à direita



Fonte: *Printscreen* da abertura original exibida na tvN e da abertura na versão disponível na Netflix, respectivamente

Tabela 3- Elementos da marca Netflix inseridos nos títulos

	Total (n)	Total (%)
Thumbnail Netflix	122	100%
Vinheta de abertura Netflix	122	100%
Indicação textual Netflix	122	100%

Fonte: Netflix, on-line, 2022

Como podemos ver pela Tabela 3, 100% (n=122) das produções recebem *thumbnail*, vinheta de abertura e informação textual afirmando que a obra é da Netflix. Todavia, observamos que em 29,5% (n=36) dos casos, a palavra "Original" não aparece. Desde 2021, os novos títulos adicionados ao catálogo têm se utilizado de expressões como "Uma produção Netflix" ou "Uma série Netflix". Destacamos que se trata de uma prática geral da plataforma independente da nacionalidade do produto.

Tabela 4- Elementos de empresas de mídia sul-coreanas omitidos nos títulos

	Sim		Não	
	Total (n)	Total (%)	Total (n)	Total (%)
A emissora/plataforma de veiculação foi identificada?	16	13,1%	50	41,1%
Alguma das produtoras foram identificadas?	70	54,4%	48	39,3%

Fonte: Netflix, on-line, 2022

Ao examinarmos a omissão de informações sobre produtoras e emissoras originais na Tabela 4, identificamos inconsistências relevantes no catálogo da Netflix. Em apenas 5,7% (n=7) dos casos constam tanto a produtora quanto a emissora, como em *When the Camellia Blooms* (KBS, 2019) e *Rookie Historian Goo Hae-ryung* (MBC, 2019). Em 27,9% (n=34), apenas a emissora está ausente, como em *Crash Landing on You*. Já em 12,3% (n=15), tanto a emissora quanto a produtora estão ausentes nos créditos, caso de *Hymn of Death* (SBS, 2018) e *Itaewon Class* (JTBC, 2020). O caso de *Itaewon Class* é emblemático. Em março de 2022, o jornal

britânico *The Guardian*, ao destacar o ator protagonista, referiu-se à obra como um sucesso *da Netflix*¹³, atribuindo à plataforma o prestígio que caberia à emissora JTBC e às produtoras Showbox Zium Content e JTBC Studios. Evidencia-se, assim, como parte da mídia ocidental reforça o discurso de originalidade da empresa. Ainda que tais variações se relacionem a contratos específicos de licenciamento, é significativo que algumas emissoras sul-coreanas (n=16) consigam negociar a manutenção de suas marcas nos títulos distribuídos.

Discussão

A partir dos dados levantados, tentamos responder à pergunta central deste debate: dentro do cenário brasileiro, estaria a Netflix instrumentalizando e apagando as bases autorais da Onda Coreana? O Brasil é um agente internacional importante, tanto para a Netflix quanto para a *Hallyu*, por ser um mediador cultural de peso na América Latina, relevante para acessar outros mercados em potencial na região. Nesse enquadramento, problematizamos as lógicas globais do consumo audiovisual, evidenciando as assimetrias entre centro e periferia e as práticas imperialistas associadas às plataformas de *streaming* estadunidenses, especialmente no diálogo cultural mediado pela Netflix entre o Brasil e a Coreia do Sul.

Partimos aqui de marcos teóricos que abrangem os dados coletados a fim de refletir sobre os efeitos de caráter imperialista sofridos pelo conteúdo sul-coreano quando suas marcas autorais são apagadas ou substituídas. Esse processo pode ser observado nos "Originais falsos", cujos símbolos são removidos ou substituídos por outros que remetem à Netflix. Torna-se necessário, então, considerar como o imperialismo se vale do Orientalismo (Said, 2007) em sua empreitada em direção ao chamado Oriente, uma vez que nosso levantamento é constituído por obras midiáticas não-ocidentais. Também é preciso compreender de que maneira a universalização de processos culturais, enquanto instrumento de implementação de forças imperialistas, é orientada pelos ideais do Universalismo Europeu (Wallerstein, 2007), na medida em que o processo de universalização desses títulos é viabilizado pelo apagamento de suas marcas autorais originais não-ocidentais, a fim de rotulá-los como produtos de uma empresa ocidental.

Enquanto as Tabelas 1 e 2 evidenciam a estratégia classificatória da Netflix, as Tabelas 3 e 4 revelam os mecanismos pelos quais essa estratégia se concretiza na interface da plataforma. O fato de a maioria dos títulos não ser classificada como Original no mercado sul-coreano indica que esse rótulo serve a propósitos específicos nos mercados internacionais, sobretudo para vincular a *Hallyu* à marca Netflix. Esse movimento é acompanhado por uma presença cada vez mais marcante da identidade visual e textual da plataforma, em detrimento da visibilidade de emissoras e produtoras sul-coreanas. Embora não tenha sido o propósito original da coleta de dados, os resultados do estudo estabelecem pontes de análise que indicam como as tradições ocidentais, como o Universalismo Europeu (Wallerstein, 2007) e do Orientalismo (Said, 2007), continuam se atualizando por novas e diferentes estruturas de poder. Tais resultados não constituem uma comprovação empírica direta desses fenômenos, mas tornam visíveis processos de centralização da mediação cultural em que uma plataforma de origem ocidental expande seu protagonismo simbólico na mesma medida em que reduz a projeção de agentes culturais não-ocidentais.

O projeto de ocidentalização, do qual tanto o imperialismo quanto a globalização fazem parte, apoia-se nas estruturas do Orientalismo para assegurar ao Ocidente a posição de centro global do desenvolvimento, da modernidade e da civilidade, legitimando, ao mesmo tempo, a concentração de poder ideológico, econômico e cultural (Said, 2007, 2011; Wallerstein, 2007).

¹³ <https://www.theguardian.com/film/2022/mar/03/park-seo-joon-marvel-bts-netflix-itaewon-class>
Acesso em: 14 fev. 2026

É, portanto, essencial para a criação e manutenção de uma hegemonia ocidental que os discursos e ideais sobre o “resto do mundo” sejam controlados pelo próprio Ocidente e que as ideias de superioridade cultural sejam continuamente sustentadas pelas perspectivas ocidentais. Schiller (1976), por exemplo, apontou que as forças do imperialismo cultural operam pressionando, atraindo e, por vezes, subornando as elites das sociedades periféricas a moldar suas instituições sociais “a corresponder, ou mesmo promover, os valores e estruturas do centro dominante do sistema” (p. 9, tradução nossa). Dessa forma, a dominação exercida pelo centro hegemônico se estende para além da esfera econômica, garantindo também uma posição de exploração no plano cultural.

Lu (2013) discorre sobre como o domínio ocidental no âmbito cultural e midiático se mantém nos dias de hoje porque o lugar conquistado pelos conteúdos não-ocidentais ainda é restrito. Os processos de apagamento e turvamento das estruturas de autoria de produções sul-coreanas pela Netflix nos fluxos globais em meio à crescente ascensão global da *Hallyu* apontam como essa restrição é mantida também pelo cerceamento dessas forças emergentes. E o imperialismo de plataforma (Jin, 2015) é essa faceta de controle de um fluxo desigual a partir dos Estados Unidos para o resto do mundo que agora também é liderado pelas forças digitais, inclusive as plataformas de *streaming* de vídeo.

Nesse sentido, defendemos que a instrumentalização da *Hallyu* pela Netflix pode ser compreendida como parte de dinâmicas mais amplas de *poder*. Mais do que se apropriar e se posicionar como força motora de um fenômeno cultural da Coreia do Sul, a Netflix reforça, sobretudo, estruturas orientalistas seculares que impõem e sustentam a ideia de Ocidente como centro de poder insuperável e de Oriente, seu contraponto, como o oposto negativo que deve, por isso mesmo, ser controlado, reduzido e compreendido somente a partir das chaves de leitura autorizadas e desenvolvidas pelo próprio discurso ocidental. Ao tentar se apresentar como força dominante da *Hallyu*, a Netflix expõe como o Ocidente usa a cartilha orientalista para lidar com forças emergentes não-ocidentais: se não pode tê-la, então tente controlá-la.

Apesar das vantagens de contar com a Netflix como vitrine para ampliar o acesso à *Hallyu* no Brasil, essa lógica mediada por uma empresa estadunidense não ocorre sem danos. O processo de “universalizar” essas obras, que é resguardado pela finalidade da empresa de alcançar um público “global” e “equânime”, modifica a experiência de consumo e apresenta os jogos de poder de ordem histórica no cenário mundial. A perspectiva “universalizante” dos produtos da Netflix aproxima-se intrinsecamente do debate de Wallerstein (2007) sobre Universalismo Europeu, que é a construção ideológica e expansionista ocidental baseada no posicionamento dos ideais europeus como universais a todo o mundo. Assim como ao debate de Said (2007) sobre as forças do Orientalismo, que se apresentam como “uma rede aceita para filtrar o Oriente na consciência ocidental” (p. 33-34) e um conjunto de ideias “impregnadas de doutrinas de superioridade europeia, vários tipos de racismo, imperialismo e coisas semelhantes” (p. 35).

A Netflix, ao se posicionar como centro normativo para os conteúdos não-ocidentais – neste caso sul-coreanos – e apresentar obras que têm primeiras janelas originalmente sul-coreanas como se fossem integralmente “Originais Netflix”, cria um vínculo com o público global de autoria desses conteúdos. Ao apagar as marcas autorais e tomar os créditos para si no palco global, comunica sua movimentação imperialista de universalização da experiência através da sua legitimidade e lógica normativa ocidental, assim como filtra essa perspectiva “oriental” na recepção ocidental através do seu selo.

Frente a isso o Orientalismo e o Universalismo Europeu reforçam o mesmo lugar de poder: o da hegemonia ocidental sustentada pela pretensão única de universalidade a fim de se manter como centro de poder da ordem global. A atual “universalização” da experiência midiática reinscreve essa lógica ao reafirmar a centralidade do poder no Ocidente e ao promover o apagamento sistêmico de experiências culturais que não se conformam ao padrão universal

ou que “precisam” ser traduzidas e tornadas palatáveis a ele. Empresas transnacionais, como a Netflix, justificam seus processos de “universalização” como estratégias de ampliação da circulação global. No entanto, tais dinâmicas se inserem em uma tradição histórica de imposição e naturalização de ideais ditos universais, difundidos pelo imperialismo e pela globalização e hoje também configurados no imperialismo de plataforma.

O esforço de homogeneizar essas produções passa pelo apagamento cultural (moderado ou não) das narrativas apresentadas. Para a Netflix, portanto, não é interessante alimentar um movimento anti-orientalista em sua plataforma. Na realidade, o apagamento das indústrias culturais não-ocidentais através dos Originais Netflix é lucrativo. A homogeneização a partir de bases estadunidenses facilitam as movimentações da empresa, deixando claro que a mediação imperialista da plataforma funciona dentro das lógicas de poder já consolidadas. Kotliar (2020) indica a existência do Orientalismo de Dados e analisa como o levantamento de dados pessoais e a dinâmica dos algoritmos das plataformas digitais no cenário global continua a alimentar a lógica da alteridade e o lugar e identidade do não-ocidental. O autor dialoga com Couldry e Mejias (2019), que apontam a proximidade da lógica dos algoritmos à de colonização imperialista, com caráter expansionista e enraizado em ideais europeus. O Orientalismo de Dados direciona o debate sobre a descrição e a construção de quem é o “Outro”, apontando a tendência das plataformas a generalizar grupos étnicos, especialmente os não-ocidentais. Apesar das possibilidades de acesso que o ambiente on-line disponibiliza, a escolha é pela generalização do “Outro” em favor do “universal”.

A tradição orientalista mantém a contínua ignorância sobre o mundo além do Ocidente, que é sistematicamente alimentada pelo legado colonial e imperialista, materializado na globalização e no capitalismo. O Orientalismo — que estereotipa, exotifica e homogeneiza — enraizou no Brasil a percepção de que pessoas amarelas seriam indistintas entre si, independentemente de suas etnias ou nacionalidades. O levantamento dos títulos sul-coreanos rotulados como Originais Netflix sul-coreanos realizado neste artigo também detectou que, para além do apagamento de marcas de autoria, outras estruturas da navegabilidade Netflix apresentam o Orientalismo de Dados descrito pelo Kotliar (2020). Essa lógica se manifesta no mecanismo de busca no catálogo da Netflix, cujo algoritmo se vale dessa ignorância ao misturar títulos sul-coreanos, chineses, japoneses e tailandeses em pesquisas, por exemplo, pela palavra-chave “drama coreano”. É o caso do drama tailandês *Garota de Fora* (GMM 25, 2018; Netflix, 2021), apresentado como exemplo na Figura 4.

Figura 4- Imagem do catálogo da Netflix mostrando o drama tailandês *Garota de Fora* nos resultados da pesquisa por “drama coreano”



Fonte: Netflix, on-line, 2022

Como a diversidade dos marcadores culturais dessas etnias não é amplamente reconhecida na população brasileira, a nacionalidade de muitas produções passa despercebida por parte do público. Assim, acontece de telespectadores consumirem dramas chineses acreditando que sejam sul-coreanos, e vice-versa. Isso ocorre porque, para quem não domina esses idiomas, as marcas idiomáticas provocam pouco estranhamento entre si e porque a assimilação de pessoas amarelas como um grupo homogêneo e fisicamente indiferenciado — assim como a exotificação de suas culturas — é sistematicamente reforçada pelo Orientalismo em uma

sociedade que ainda reverbera ideais imperialistas e coloniais.

Portanto, o que percebemos aqui é que o processo de “universalização” do catálogo da Netflix contribui para o apagamento da indústria cultural sul-coreana no Brasil em diferentes frentes. Além do Orientalismo estrutural que atravessa a plataforma, determinadas práticas aplicadas ao audiovisual da Coreia do Sul reforçam a imagem que a empresa busca dissimular ao consumidor global: a de que seria uma das maiores criadoras de conteúdo sul-coreano do mundo, maior até mesmo que a própria Coreia. A circulação de Originais falsos — títulos com pouco ou nenhum vestígio das emissoras originais, mas marcados pelo selo da Netflix — alimenta o entendimento equivocado de que a empresa estadunidense seria responsável, criadora e principal financiadora de alguns dos produtos sul-coreanos mais populares internacionalmente. Esse equívoco se materializa quando fãs questionam reiteradamente a plataforma sobre novas temporadas de obras como *Crash Landing on You* e *Vincenzo*, ambas Originais falsos.

Uma das práticas da Netflix Brasil que intensificam o apagamento é a sincronidade de lançamentos de episódios de dramas, assim como estreias globais simultâneas de filmes. O fato que alguns K-dramas terem seus episódios disponibilizados no catálogo brasileiro logo após a exibição na primeira janela (emissora ou plataforma original sul-coreana) cria a ilusão no público brasileiro (tanto entre os consumidores mais leigos quanto até mesmo entre fãs) de que a produção é mesmo produzida pela Netflix, já que a candência da lógica televisiva é mantida. É a ideia de que: se nós assistimos no mesmo dia que na Coreia então a produção só pode ser produzida pela Netflix. Isso se fortalece com o fato que os Originais Exclusivos são lançados ao mesmo tempo em todo o mundo, então a simultaneidade acaba confundindo o público. As promoções e conteúdo exclusivo tanto desses Originais quanto dos falsos serem ambos realizados pelo canal do Youtube *Netflix K-Content* alimentam essa confusão, omitindo sempre a emissora original. A variável da janela de exibição e a sincronia ou assincronia, se tornam, então, elementos essenciais para compreendermos as práticas empregadas pela Netflix para perpetuar o seu posicionamento de mediadora da *Hallyu* no mundo.

Percebemos, portanto, que o movimento de venda de direitos globais desses produtos acaba dando a Netflix um lugar muito poderoso de mediação que mascara a verdadeira potência da *Hallyu* como uma criadora independente de conteúdo de qualidade. Além disso, vender os direitos globais exclusivos para uma mesma plataforma cria outras restrições de circulação de conteúdo (a necessidade de pagar uma assinatura, demanda acesso à banda larga e também impossibilita emissoras televisivas locais de veicularem esses títulos, privando-os da lógica da televisão aberta), sem contar que alguns conteúdos acabam sendo confinados às leis estadunidenses.

Independente se existiu ou não investimento da plataforma no desenvolvimento de alguns desses Originais falsos, toda a força motriz intelectual, criativa e produtora dessas narrativas são da indústria cultural sul-coreana. Contudo, o que percebemos é que a Coreia do Sul se apresenta com menos força de barganha nesse cenário de imperialismo de plataforma, apontando o que já era sabido: os países não-ocidentais majoritariamente perdem frente às forças hegemônicas do Ocidente, tendo que ceder e/ou se adaptar para poder participar dos privilégios nos fluxos globais. Dessa forma, nos perguntamos: com o crescente apagamento da indústria sul-coreana na Netflix, até que ponto a Onda Coreana está se beneficiando da plataforma? O que apontam Ji Hoon Park *et al* (2023) é que, na realidade, a Netflix está mudando a ecologia da indústria televisiva sul-coreana, impondo assimetrias de poder. A Netflix desenvolve um ambiente inflacionado nas quais as empresas coreanas não conseguem competir com ela, enquanto adquire propriedades intelectuais e tira qualquer poder dos criadores locais sobre suas próprias criações. É uma empresa transnacional munida do poder do dólar e do seu próprio alcance global, que desequilibra o ambiente de enfrentamento das empresas locais que tentam proteger seu próprio mercado.

Como mencionado, é inevitável que um artigo sobre o catálogo de um serviço de *streaming* de vídeo já nasça desatualizado. Tal como é característico das empreitadas tecnológicas do Vale do Silício, o serviço oferecido pela Netflix está sempre em mutação. Seu catálogo é governado por contratos de licenciamento que determinam a inserção ou retirada dos títulos disponíveis em um determinado país. Sua interface é constantemente monitorada e ajustada sob a premissa de aprimorar a experiência do usuário. Nesse sentido, fazemos coro aos argumentos de Noble (2021) para dizer que pesquisadores que se debruçam no estudo de infraestruturas digitais “têm dificuldades para escrever sobre momentos específicos no tempo, em um esforço para cristalizar um processo ou um fenômeno que pode mudar ou se transformar em alguma outra coisa logo depois” (p. 29).

Avaliar hoje os desdobramentos das estratégias identificadas em 2022 é possível justamente pelo tempo transcorrido desde a coleta do *corpus*. Assim, em vez de enfraquecer a análise, as transformações posteriores da plataforma acabam por reforçá-la, pois permitem acompanhar a transformação das estratégias de mediação examinadas neste estudo. É o caso do aumento, em 2026, do número de títulos sul-coreanos presentes no catálogo brasileiro da Netflix, que chegou a 430 (Castellano *et al.*, 2026). Nesse mesmo ano, a empresa retirou da interface a *thumbnail* “Original Netflix”. Porém, outros marcadores de autoria e associação permanecem, como a vinheta de abertura com o sonoro “TUDUM”, os ícones na parte interna dos títulos e as expressões como “uma produção Netflix”.

Esses desdobramentos reforçam a interpretação proposta neste artigo. Por um lado, o quantitativo de títulos provenientes da Coreia do Sul no catálogo brasileiro em 2026, mais que o dobro do que o observado três anos antes, mostra o interesse crescente da Netflix nesse segmento. Esse dado, somado à permanente menção a produções sul-coreanas nos canais oficiais da empresa e às inúmeras ações promocionais direcionadas aos fãs desses conteúdos (Castellano *et al.*, 2026), reforça a centralidade da *Hallyu* em sua estratégia de expansão transnacional. Por outro lado, as alterações promovidas na interface não eliminam o apagamento da indústria cultural sul-coreana; apenas reconfiguram seus modos de operação. A retirada da *thumbnail* “Original Netflix” desloca, mas não desfaz, os mecanismos de apropriação simbólica aqui identificados. Ao deixar de distinguir visualmente conteúdos produzidos e licenciados, a plataforma contribui para diluir essas fronteiras, fortalecendo a percepção de que o catálogo decorre de sua própria atuação como produtora e criadora. Esse efeito é ainda reforçado pela consolidação da marca Netflix como referência hegemônica no imaginário sobre o que significa *streaming* de vídeo, tanto no Brasil quanto em escala global.

Sob essa perspectiva, os dados de 2022 constituem um ponto de comparação privilegiado. Ao evidenciar uma etapa em que a instrumentalização da *Hallyu* ainda se apresentava de forma mais explícita, esse recorte permite compreender a passagem do imperialismo de plataforma da afirmação direta da propriedade sobre os conteúdos para formas estruturais de dominação, sustentadas pelo controle da interface, dos algoritmos e das condições de acesso a uma cultura da periferia global.

Considerações Finais

Nesse estudo, concebemos a visibilidade institucional como um sinal indireto das assimetrias de representação que atravessam a circulação transnacional de obras audiovisuais na era do *streaming* de vídeo. A presença recorrente da marca Netflix e a omissão parcial de referências às emissoras e produtoras sul-coreanas apontam para um processo de centralização da mediação cultural em torno da plataforma, movimento este com caráter imperialista. Ainda que tal variável não permita operacionalizar o Orientalismo de maneira direta, os dados obtidos dialogam com a literatura sobre a representação de agentes não-ocidentais por forças ocidentais e fornecem evidências consistentes das dinâmicas entendidas como *imperialismo*

de plataforma.

A partir desses resultados, defendemos que a relação entre a indústria audiovisual sul-coreana e a Netflix exemplifica como as assimetrias de poder globais são reconfiguradas pela plataformação. Este estudo demonstrou que uma indústria cultural situada na periferia global dispõe de reduzida margem de negociação diante de uma plataforma transnacional que concentra recursos econômicos, tecnológicos e simbólicos. Tal assimetria manifesta-se na dependência de uma empresa estadunidense para mediar a circulação desses conteúdos em mercados centrais e outras periferias, como o Brasil. Esse movimento remonta bases da Teoria da Dependência – corrente de pensamento que fundamenta parte das reflexões teóricas sobre o imperialismo – que indica como países ocidentais “ajudam” países não-ocidentais para mantê-los dentro de uma esfera de dependência e, conseqüentemente, de influência contínua e direta (Frank, 1967). Ao ocupar uma posição consolidada de credibilidade e mediação global, a Netflix busca reiteradamente afirmar-se como instância *universal* – estratégia central para adentrar mercados e captar novos consumidores. Nesse contexto, interessa-lhe adquirir conteúdos de uma indústria cultural bem-sucedida, associando sua marca a produtos que alcançam espaços onde o imperialismo cultural estadunidense não atua com a mesma intensidade e que, ao mesmo tempo, reforçam discursos de diversidade por se tratar de conteúdo racializado amarelo. Tal movimento torna-se ainda mais vantajoso quando a plataforma consegue sustentar a ilusão de que é a criadora desses produtos e responsável pelo sucesso internacional deles.

As práticas observadas neste estudo não se restringem ao caso sul-coreano. Outros mercados periféricos também podem ser analisados a partir dessa perspectiva, como a Colômbia, onde a questão dos chamados “Originais falsos” igualmente se manifesta. Uma comparação preliminar dos catálogos brasileiro e colombiano já revela diversos títulos originais falsos como *La Ninã* (*Caracol Televisión*, 2016) e *Amar y Vivir* (*Caracol Televisión*, 2020). Lidos à luz do imperialismo de plataforma, esses casos evidenciam que a Netflix não apenas intermedia trocas culturais, mas controla visibilidades, classifica conteúdos e redefine autorias, apagando relativamente as indústrias periféricas do mercado global.

Mais do que documentar um momento passado da plataforma, este estudo permitiu tornar inteligíveis processos de mediação que, ao se naturalizarem, passaram a operar de forma opaca. Espera-se que esta pesquisa contribua para enriquecer o debate acerca das formas contemporâneas de imperialismo exercidas pelas plataformas de *streaming* e estimule investigações futuras sobre as relações entre representação, mediação cultural e poder simbólico na circulação transnacional de conteúdos audiovisuais.

Referências bibliográficas

AFILIPOAIE, Adelaida; IORDACHE, Catalina; RAATS, Tim. The “Netflix Original” and what it means for the production of European television content. **Critical Studies in Television**, v. 16, n. 3, p. 304-325, 2021.

ASMAR, Axelle; RAATS, Tim; VAN AUDENHOVE, Leo. Streaming difference (s): Netflix and the branding of diversity. **Critical Studies in Television**, v. 18, n. 1, p. 24-40, 2023.

BOLAÑO, César. **Indústria Cultural, Informação e Capitalismo**, São Paulo: Polis, 2000.

CASTELLANO, Mayka; MAZUR, Daniela; MEIMARIDIS, Melina; MOURA, Ana Rochele. **Em busca do “Meu Namorado Coreano”**: heteropessimismo e masculinidade suave em uma produção original da Netflix Brasil. **COMPÓS** 2026, v. 35, 2026.

CHALABY, Jean. **Television in the streaming era**. Cambridge University Press, 2023.

CHEN, Kuan-Hsing. **Asia as method: Toward Deimperialization**. Durham, NC: Duke University

Press, 2010.

COULDRY, Nick; MEJIAS, Ulises A. The costs of connection: How data is colonizing human life and appropriating it for capitalism. In: **The costs of connection**. Stanford University Press, 2019.

DAVIS, Stuart. What is Netflix imperialism? Interrogating the monopoly aspirations of the "World's largest television network". **Information, Communication & Society**, v. 26, n. 6, p. 1143-1158, 2023.

FRANK, André Gunder. **Capitalism and Underdevelopment in Latin America**: Historical Studies of Chile and Brazil. New York: Monthly Review Press, 1967.

HAN, Benjamin M.; JIN, Dal Yong; YOON, Kyong. The lure of cultural authenticity: Netflix and speculative Koreanness in the global media market. **Television & New Media**, v. 26, n. 5, p. 624-640, 2025.

JIN, Dal Yong. **Digital platforms, imperialism and political culture**. Routledge, 2015.

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.

JIN, Dal Yong. Platform imperialism theory from the Asian perspectives. **Social Media+ Society**, v. 11, n. 1, p. 1-6, 2025.

KOTLIAR, Dan M. Data orientalism: on the algorithmic construction of the non-Western other. **Theory and Society**, v. 49, n. 5, p. 919-939, 2020.

LOBATO, Ramon. Rethinking international TV flows research in the age of Netflix. **Television & New Media**, v. 19, n. 3, p. 241-256, 2018.

LU, Yue. The Relationship, Tension and Interaction between Cultural Imperialism and Contra-Flow in Contemporary Media Culture. **Advances in Journalism and Communication**, v. 1, n. 4, p. 50-53, 2013.

MARTINS, Helena; BOLAÑO, César. Para uma crítica da economia política das plataformas digitais: a configuração de uma nova estrutura de mediação social. **Contracampo**, Niterói, v. 44, n. 1. 2025.

MAZUR, Daniela. **A Coreia do Sul e a Hallyu**: uma globalização alternativa no mundo multipolar. 2023. 280 p. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Instituto de Artes e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2023. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/32689>.

MAZUR, Daniela; MEIMARIDIS, Melina; RIOS, Daniel. O mercado de streaming na Coreia do Sul: disputas internas e a invasão estrangeira. **Novos Olhares**, v. 10, n. 1, p. 88-101, 2021.

MEIMARIDIS; Melina; MAZUR, Daniela; RIOS, Daniel. De São Paulo a Seúl: las estrategias de Netflix en los mercados periféricos. **Comunicación y sociedad**, v. 8038, p. 1-25, 2021.

PARK, Ji Hoon; KIM, Kristin A.; LEE, Yongsuk. Netflix and platform imperialism: How Netflix alters the ecology of the Korean TV drama industry. **International Journal of Communication**, v. 17, p. 20-20, 2023.

PENNER, Tomaz A.; STRAUBHAAR, Joseph D. 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.

PETRUSKA, Karen; WOODS, Faye. Traveling without a passport: "Original" streaming content in the transatlantic distribution ecosystem. In: HILMES, M.; HILLS, M.; PEARSON, R. (Orgs). **Transatlantic Television Drama: Industries, Programs, and Fans**. Oxford: Oxford

University Press, p. 49-68, 2019.

REGATIERI, Ricardo. Development and dream: On the dynamics of K-pop in Brazil. **Development and Society**, v. 46, n. 3, p. 505-522, 2017.

SAID, Edward W. **Orientalismo**: o Oriente como invenção do Ocidente. Editora Companhia das Letras, 2007.

SAID, Edward W. **Cultura e imperialismo**. Tradução de Denise Bottmann. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

SCHILLER, Herbert I. **Communication and Cultural Domination**. White Plains, N.Y.: International Arts and Sciences Press, 1976.

WALLERSTEIN, Immanuel. **O universalismo europeu**: a retórica do poder. Trad. Beatriz Medina, São Paulo, Boitempo, 2007.

WAYNE, Michael L.; URIBE SANDOVAL, Ana C. Netflix original series, global audiences and discourses of streaming success. **Critical Studies in Television**, v. 18, n. 1, p. 81-100, 2023.

Agradecimentos e fontes de financiamento

Esse artigo contou com financiamento da Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ), Processos SEI E-26/200.493/2025, E-26/200.365/2025 e E-26/202.699/2026 e do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Disputas Informacionais e Soberania (INCT-DSI), com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), projeto nº 406504/2022-9.