

Estado da publicação: O preprint não foi publicado em outro meio.

# A “marca Amazônia” na elaboração de estratégias narrativas e mercadológicas em ficções seriadas para streaming

Marcos Vinicius Meigre e Silva

<https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.13342>

Submetido em: 2025-09-15

Postado em: 2025-09-15 (versão 1)

(AAAA-MM-DD)

## A “MARCA AMAZÔNIA” NA ELABORAÇÃO DE ESTRATÉGIAS NARRATIVAS E MERCADOLÓGICAS EM FICÇÕES SERIADAS PARA STREAMING

MARCOS VINICIUS MEIGRE E SILVA

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8956-5547>

[marcosmeigre@gmail.com](mailto:marcosmeigre@gmail.com)

Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará. Rondon do Pará, Pará (PA), Brasil

**RESUMO:** Este trabalho investiga duas séries ficcionais para *streaming* que tomam por repertório narrativo a Amazônia para a construção de seus mundos ficcionais. A partir de uma investida que congrega metodologicamente os aspectos narrativos e mercadológicos das séries *Aruanas* (Globoplay) e *Cidade Invisível* (Netflix), proponho identificar como é desenvolvida a “marca Amazônia” na produção audiovisual contemporânea a fim de reconhecer elementos que tornam estas tramas exemplares da premissa *think global, produce local* (Rocha, 2022). Nesse sentido, o trabalho problematiza (1) estratégias do mercado audiovisual, que trata da identificação, avaliação contextual e distribuição dos referidos produtos; e (2) análise da narrativa, tecendo constatações sobre universos, personagens e a relação entre ficção e não-ficção. A pesquisa aponta para estratégias de mercado que reforçam a identidade amazônica alinhada com a composição de elencos que mesclam artistas consagrados com profissionais regionais, numa expectativa de diálogo com públicos locais e globais. Além disso, as narrativas demonstram apelo a temáticas cristalizadas quanto ao imaginário sobre o universo Amazônia, tais como misticismos e fantasias (*Cidade Invisível*) e lutas ambientais, exploração da natureza e embates políticos pautados na região (*Aruanas*). Ainda que repliquem traços de um imaginário socializado universalmente quanto a região, as duas tramas também investem em inovações e experimentações narrativas, a fim de dialogar com preceitos da atualidade dos serviços de *streaming* e suas demandas por ampliação de públicos internos e externos.

**Palavras-chave:** audiovisual, narrativa, streaming, Netflix, Globoplay.

## THE “AMAZON BRAND” IN THE DEVELOPMENT OF NARRATIVE AND MARKETING STRATEGIES IN SERIAL FICTION FOR STREAMING

**ABSTRACT:** This work investigates two fictional streaming series that use the Amazon as their narrative repertoire to construct their fictional worlds. Based on an approach that methodologically brings together the narrative and marketing aspects of the series *Aruanas* (Globoplay) and *Invisible City* (Netflix), I propose to identify how the “Amazon brand” is developed in contemporary audiovisual production in order to recognize elements that make these plots exemplary of the *think global, produce local* premise (Rocha, 2022). In this sense, the work problematizes (1) audiovisual market strategies, which deal with the identification, contextual evaluation, and distribution of these products; and (2) narrative analysis, weaving together findings about universes, characters, and the relationship between fiction and nonfiction. The research points to market strategies that reinforce Amazonian identity in line with the composition of casts that mix established artists with regional professionals, in an expectation of dialogue with local and global audiences. In addition, the narratives demonstrate an appeal to crystallized themes regarding the imaginary of the Amazon universe, such as mysticism and fantasy (*Invisible City*) and environmental struggles, exploitation of nature, and political conflicts in the region (*Aruanas*). Although they replicate traits of a universally socialized

imaginary regarding the region, the two plots also invest in narrative innovations and experiments in order to dialogue with current precepts of streaming services and their demands for expanding internal and external audiences.

**Keywords:** audiovisual, narrative, streaming, Netflix, Globoplay.

## INTRODUÇÃO

A produção de ficções seriadas brasileiras esteve, durante décadas, concentrada nas mãos de poucos grupos de produtores e realizadores que, por sua vez, viam-se diretamente vinculados ao maior conglomerado de criação televisiva nacional: a Rede Globo. Na história do audiovisual brasileiro, as telenovelas são o principal produto narrativo seriado que atuaram não só na construção de um relato de nação (Lopes, 2003, 2009), como também fomentaram o espaço para o mercado televisivo se consolidar como um setor robusto e capaz de experimentar uma expansão e internacionalização. A construção e consolidação de um “Brasil televisual” a partir das lentes da ficção nacional perpassou, necessariamente, pela estrutura das telenovelas, com suas tramas ambientadas e produzidas, em grande escala, nas regiões do centro-sul brasileiro – com foco no eixo Rio-São Paulo. Esse modelo de produção sustentou a tessitura de imaginários nacionais e referendou padrões para o audiovisual, que até hoje ancoram a ficcionalização do país pelas telas televisivas.

No entanto, a chegada dos serviços de *streaming* como um novo *player* neste mercado de produção audiovisual remodelou estratégias mercadológicas e narrativas de composição das ficções seriadas. Em primeiro lugar, estas plataformas como Netflix e Prime Video vieram abrindo catálogos com produções estrangeiras até que sedimentaram os caminhos para a produção nacional. O artifício da composição de tramas locais atende a intentos de vinculação identitária com públicos regionalizados a fim de consolidar uma expansão de mercado pelos diferentes países onde hoje atuam os serviços de vídeo sob demanda (SVODs).

A expansão dos serviços de *streaming* aciona novos modos de produzir, distribuir e consumir narrativas e temáticas sociais. Nesse sentido, plataformas como Netflix e Globoplay elaboram tramas com potencial de “viajabilidade”, capazes de expandir mercados e alcançar audiências transnacionais (Lotz, Lobato, 2023). Ainda assim, permanece a preocupação com pautas locais a fim de aproximar-se de públicos e suas questões familiares, o que faz despontar a premissa *think global, produce local* (Rocha, 2022), de modo a atender anseios mercadológicos de produção. A ânsia por ampliação de

mercados e a necessidade de criação de vínculos com públicos regionais fez com que estas plataformas adotassem uma nova estratégia que reverbera nas dimensões mercadológicas e narrativas de produção: a exploração de regionalismos. É nessa toada que emerge a Amazônia como espectro plausível para os propósitos destes *players*, dada sua capacidade de tanto dialogar com públicos internos quanto acionar imaginários que circundam globalmente sobre a área.

A “marca Amazônia” se tornou um destes expoentes de viabilidade a partir da ficção e nos leva a questionar: Quais são os sentidos socioculturais evocados por narrativas ficcionais de *streaming* que tomam como cenário de inspiração a Amazônia brasileira? Para tal, tomam-se por objeto as séries ficcionais originais *Aruanas* (Globoplay, 2019-2022) e *Cidade Invisível* (Netflix, 2021-2023), que adotam a Amazônia como cenário de suas narrativas. Para avançar nesta indagação, antes desenvolvo um debate sobre o contexto de chegada e expansão do *streaming* no Brasil, para depois apontar a Amazônia como aporte teórico desta pesquisa e os achados científicos deste trabalho.

## 1. O contexto do *streaming* no Brasil

Desde 2016, o Brasil experimenta um reordenamento nas lógicas de produção ficcional seriada, quando a Netflix começou a investir em produções locais para compor seu acervo. A largada foi dada com a série *3%*, que logo se tornou um dos produtos mais vistos no mundo e motivou a ampliação do setor de produtos originais Brasil. De lá pra cá, a empresa norte-americana apostou em um conjunto significativo de outras obras seriadas, o que apontou para um novo marco da produção ficcional, abrindo-se uma nova janela de produção, exibição e investimentos no setor audiovisual. Após Netflix, outros conglomerados também emergiram como fontes de produção original local, notadamente Globoplay, que se beneficiava do vasto arsenal de produções da TV Globo para compor um catálogo com fortes vínculos afetivos com a telenovela – seu carro chefe durante décadas na TV aberta. Além destes, outros *players* adentraram neste mercado, tais como Prime Video, Disney+ e HBO Max, todos eles produzindo nacionalmente. Segundo Rocha et. Al (2025, p. 88):

A chegada das plataformas de vídeo sob demanda no Brasil, em 2011, e o começo da produção de obras originais conduziu a um volume de produção no formato seriado jamais visto no país. Enquanto nos primeiros quatro anos (2016 a 2019), quando apenas Netflix, Globoplay e Playplus atuavam neste mercado, foram produzidas 16 obras originais, entre 2020 e 2023, com a presença de mais cinco plataformas (Prime Video, Max, Disney+, Star+ e Paramount+) foram realizadas 78 produções originais.

No entanto, a ampliação de agentes do setor não representou necessariamente uma reorganização nas dinâmicas de dominação de eixos geográficos e econômicos que já centralizavam as forças do audiovisual.

Esses dados evidenciam uma disparidade significativa na distribuição geográfica das produções de SVODs no Brasil, com predominância do Sudeste, o que limita a diversidade cultural em relação aos aspectos regionais. Embora a existência de produções brasileiras já represente uma forma de diversidade em âmbito global, quando observada localmente, essa concentração reforça continuamente o imaginário regional do Sudeste. Portanto, o aumento de produções por vários *players* não garante maior diversidade cultural na representação do Brasil. (Meimaridis, Mazur, Rios, 2025, p. 12)

Segundo Meimaridis, Mazur e Rios (2025), as bibliotecas dos serviços de vídeo sob demanda ofertaram, até 2024, apenas três séries ambientadas no Norte do Brasil, enquanto a predominância do Sudeste demarca uma manutenção de engrenagens de núcleos criativos já estabelecidos no principal eixo audiovisual brasileiro. Para Rocha et. al (2025, p. 104), este diagnóstico

[...] traz à tona uma flagrante má distribuição de recursos e concentração de renda e de agentes produtivos em uma das indústrias mais lucrativas do país, que figura entre as principais geradoras do PIB brasileiro. Isso intensifica questões de desigualdades regionais e, ao nosso ver, justifica ainda mais a necessidade de ampliar o debate quanto à regulação do *streaming* no país, visando a mitigação e contenção de danos de tais desequilíbrios.

É nesse contexto atual que se tem vivido o debate pela regulamentação dos serviços de vídeo sob demanda no Brasil, levando em conta as disparidades de participação dos diferentes agentes, setores, regiões neste mercado. Dentre as pautas encabeçadas nesta luta, a necessidade de descentralização dos recursos e mecanismos de fomento para dar garantias e sustentação a eixos produtivos e criativos situados fora da histórica área de dominação Rio de Janeiro – São Paulo. A Amazônia, nesse sentido, enquanto região geograficamente distante do polo dominante do audiovisual, já se mostrou promissora em tempos de debates sobre natureza, meio ambiente e questões climáticas. Sua centralidade é, portanto, de outra ordem, e precisa ser problematizada enquanto universo político, social, cultural, econômico e, também, narrativo. Atento a essa questão, na próxima seção debato os sentidos de Amazônia e sua categorização como uma marca.

## **2. Amazônia: uma marca**

Entre idealizações sobre a floresta, a exaltação do verde como cor-símbolo, a riqueza de matéria-prima e os entraves vividos em torno da exploração, “A Amazônia subjaz, no imaginário da maioria dos brasileiros, como um espaço distante e alheio, a ser descoberto, desvelado e desbravado [...]” (Costa, Nunes, Costa, 2024, p. 487). As definições que gravitam ao entorno da Amazônia

contemplam aspectos hidrográficos (no que diz respeito aos rios da região), do ecossistema (a floresta propriamente dita) e as determinações político-legais (dos países situados na área) (Aragón, 2002). Estas visões consolidaram um imaginário relativo à região que perpassa tanto para as outras partes do Brasil quanto para as interpretações globais sobre o lugar, conformando uma “marca Amazônia”.

Compreendemos por marca Amazônia a representação simbólica da região, institucionalizada por parâmetros socioeconômicos e culturais publicizados em escala mundial pelo campo da comunicação. É uma Amazônia idealizada, amplamente utilizada pelo campo comunicativo, sob forma de mensagens jornalísticas, publicitárias e ficcionais, plena de valores e carregada de efeitos de sentido. Uma imagem dominante, facilmente assimilada no espaço intersubjetivo da sociedade nacional brasileira e ocidental. Uma imagem padrão, amorfa, idealizada, distante da realidade vivenciada pelas populações amazônicas e que descreve a região como um sistema ambiental idílico, coeso e coerente, reproduzindo a percepção dominante sobre o que seja a Amazônia. (Filho, Castro, Costa, 2015, p. 107)

No inventário dos elementos narrativos contemporâneos que evocam a ideia de Amazônia estão, segundo Filho, Castro e Costa (2015), três categorias imagéticas: logotécnicas, conceituais e plásticas. As imagens logotécnicas dizem das figurações simbólicas dos “povos da floresta” como uma instância positivamente valorizada, evocando traços de sabedoria ancestral e experiências preservadas, mas vagamente apreendidas pela ampla sociedade em geral. Já as imagens conceituais se referem a constatações lógicas que implicam ameaça ou conflito. Já as imagens plásticas são ícones sobre a Amazônia e o imaginário cristalizado sobre a região, a partir de componentes gráficos e visuais.

Assim como há uma intensa e controversa disputa por imaginários em torno da identidade brasileira, numa espécie de apelo a autenticidade, há uma engrenagem de agentes simbólicos que atuam para construir, dominar ou mesmo ditar o que seria a “autenticidade amazônica”, dentre as quais o audiovisual ocupa lugar de centralidade e relevância.

A “Amazônia” se constitui, portanto, como uma marca a partir de uma proposta de valor que, por sua natureza polissêmica, parece conferir aos vários produtos e serviços que agregam este nome, uma valoração garantida pelo nível de publicização que a palavra atingiu. A marca Amazônia está na mídia como um discurso cultural, econômico, ecológico e científico [...] (FILHO, 2016, p. 58)

### 3. Procedimentos metodológicos

Neste trabalho, procedo a uma investigação preliminar para identificar e reconhecer narrativas ficcionais seriadas para *streaming* que tomaram por base a Amazônia como universo narrativo. Na etapa inicial, realizei uma varredura por catálogos dos principais serviços de *streaming* com atuação no mercado brasileiro, responsáveis por produção local, a fim de identificar se e quais eram estas peças

audiovisuais. Após uma avaliação das sinopses do conjunto de produtos nacionais produzidos e mantidos nos catálogos de Netflix, Globoplay, Prime Video, Max, Disney+, Star+ e Paramount+, entre 2016 e 2024, emergiram duas produções com temática amazônica em suas composições: *Aruanas* (Globoplay) e *Cidade Invisível* (Netflix)<sup>1</sup>.

Adota-se metodologia que alinha (1) estratégias de mercado audiovisual à (2) análise da narrativa, tomando por base o produto audiovisual a partir de estratégias de comunicabilidade (Martín-Barbero, 2015) para reconhecer particularidades do objeto em função das demandas de mercado e dos propósitos narrativos. O eixo 1 está vinculado a padrões e diretrizes da indústria televisiva contemporânea e seus novos princípios organizacionais (Burroughs, 2018). O eixo 2 está ancorado nas especificidades da construção narrativa e seus desdobramentos.

Eixo 1 – Estratégias de mercado audiovisual:

- Identificação de marcadores e definidores das séries;
- Avaliação contextual das lógicas de mercado aplicadas às séries;
- Identificação de aspectos de distribuição dos produtos a partir da estratégia global-local.

Eixo 2 – Análise da narrativa:

- Identificação do universo narrativo e suas nuances;
- Análise da construção de personagens;
- Relação entre ficcional e factual e os efeitos pretendidos sobre a Amazônia.

#### 4. Análises

Nesta seção, apresento as considerações relativas às investigações das duas produções seriadas que compõem o corpus analítico do trabalho. Trata-se de um empenho em categorizar ambas as produções a partir dos elementos mercadológicos e narrativos para, assim, apreender as estratégias que serviços de *streaming* vêm adotando para orquestrar tramas a partir da Amazônia. Rios et al. (2024)

---

1 A etapa de varredura dos catálogos para avaliação das sinopses e universos narrativos é devedora do trabalho conjunto desenvolvido no âmbito do Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura em Televisualidades – COMCULT, liderado pela professora Dra. Simone Maria Rocha, no PPGCOM da UFMG. O Grupo desenvolve trabalhos de ensino, pesquisa e extensão voltados às narrativas para streaming, novas lógicas de mercado audiovisual, produção de roteiro para ficções seriadas, entre inúmeras outras atividades alinhadas a estas proposições. Ao Grupo, meus agradecimentos pelas contribuições.

propõem uma investigação para analisar o impacto da Netflix no que diz respeito aos modos de representação da diversidade nacional e sugerem uma classificação para avaliar as estratégias de adequação do localismo em relação ao globalismo pretendido pelas produções de *streaming* nas originais brasileiras, a partir de três eixos: exotismo cultural específico, estereótipo internacional e neutralização universalista. O exotismo cultural específico, para os autores, seria o acionamento de elementos culturais intrinsecamente brasileiros com o intuito de adesão de públicos interessados por narrativas com viés exótico sobre o país. Já o estereótipo internacional, na perspectiva de Rios et al. (2024)<sup>2</sup>, maximiza aspectos globalmente associados ao Brasil, desde eixos culturais a itens sociais, tais como personalidades nacionais, o futebol, o samba e outros ritmos populares, a corrupção e os problemas político-sociais, além das belezas naturais e seus desafios diante a exploração humana – lugar este onde se encaixa a percepção quanto a Amazônia. Esta perspectiva dos autores também orienta a leitura que faço quanto aos procedimentos narrativos adotados nas séries em investigação quanto a “marca Amazônia”.

#### 4.1. Aruanas

*Aruanas* é uma série de ficção produzida pelos Estúdios Globo (em parceria com Maria Farinha Filmes) e lançada em 2019, pelo serviço Globoplay, contendo 10 episódios na primeira temporada, e mais dez episódios na segunda temporada. A produção foi criada e escrita por Estela Renner e Marcos Nisti, com roteiros liderados por Pedro de Barros (primeira temporada) e Carolina Kotscho (segunda temporada). Na direção artística estiveram Carlos Manga Jr (primeira temporada) e André Felipe Binder (segunda temporada). Dentre os integrantes desta equipe principal que conduziu a série, nenhum deles é de origem amazônica – sendo todos eles nascidos no Rio de Janeiro ou São Paulo.

Em termos narrativos, a série dedicou a primeira temporada ao tema da Amazônia, quando apresentou as três protagonistas – a jornalista Natalie (Debora Falabella), a advogada Verônica (Tais Araújo) e a ambientalista Luisa (Leandra Leal) – em luta pela preservação da região amazônica depois de receberem denúncias de ataques contra povos indígenas locais e conflitos por invasão e posse de terras de área preservada. A trama se desenvolve em três ambientes distintos que, juntos, conformam

---

<sup>2</sup> Na classificação estabelecida por Rios, Meimaridis e Mazur (2024, p. 13), há ainda a “neutralização universalista”, quando “a estrutura narrativa é concebida para ser universalmente acessível, aderindo aos modelos de reconhecimento ocidentais (em particular, estadunidenses)”. Como esta categoria propõe uma espécie de anulação do universo narrativo, ela não se aplica ao propósito da presente pesquisa e, por isso, não foi considerada para a aplicação nas séries em estudo.



o universo narrativo: a fictícia cidade de Cari, na Amazônia, em São Paulo e em Brasília. É no Cari que acontecem as investidas contra o meio ambiente, a exploração de terras preservadas e o ataque desenfreado a povos indígenas, a partir de esquemas ilegais envolvendo grandes poderes locais e empresários renomados. Já em Brasília ocorrem as sequências em que a advogada Verônica pleiteia acordos, reuniões e mobiliza políticos para proteger a causa amazônica e reverter os domínios irregulares sobre a região. Já em São Paulo está a “vida comum” das protagonistas, com seus lares, famílias, amores, desafetos pessoais e toda a carga dramática implicada nestas relações. Bordwell (1985) defende que a narrativa clássica é regida por duas linhas de ação: na primeira, há um foco no amor romântico heterossexual, enquanto a segunda linha diz respeito a questões do trabalho, lutas coletivas, doenças, mobilizações em geral. No caso de *Aruanas*, há uma reversão nessa expectativa, em que a linha de ação pautada no amor romântico fica em segunda dimensão na narrativa, dando espaço para a luta ambiental em primeiro plano. Assim, a Amazônia funciona como *locus* narrativo da principal linha de ação, enquanto São Paulo e, em menor escala, Brasília acionam a segunda linha de ação. Tem-se, em verdade, uma tendência a reversão entre as duas linhas de ação nas contemporâneas produções ficcionais para *streaming*, dando maior enfoque nas lutas e menos no amor romântico (Rocha, 2024). Este deslocamento da principal linha de ação também demarca a construção de outras tramas, tais como *3%*, *Boca a Boca* e *Coisa Mais Linda* (Rocha et. al, 2021)

A organização nesse eixo triangular atende a propósitos tanto narrativos quanto mercadológicos: em primeiro lugar, a narrativa aponta para uma “realidade cosmopolita” em torno do tema Amazônia, evidenciando que as problemáticas regionais são experienciadas por comunidades no âmbito local, mas há causas e consequências do “problema Amazônia” que se desdobram entre o centro financeiro (São Paulo) e o centro do poder político (Brasília) do país. Nesse sentido, em termos de narrativa, a triangulação geográfica revela uma dualidade quanto ao tema: ao mesmo tempo em que está conectada a outros polos por razões político-financeiras, a Amazônia também está notoriamente desconectada de outras regiões porque há pouca mobilização, interesse e engajamento de outras frentes pela defesa do local diante dos ataques denunciados pela ONG Aruana e suas lideranças.

No âmbito da construção de personagens, *Aruanas* distribui a narrativa em três personagens protagonistas que, não sendo amazônidas, são tocadas pela prerrogativa de luta e proteção da área, por diferentes razões que as unem na ONG Aruana: uma jornalista que busca a defesa da pauta ambiental em seus trabalhos, uma advogada que trabalha com o tema ambiental, e uma ambientalista aguerrida pela preservação natural. Enquanto “estrangeiras” na Amazônia, as três personagens chegam

à região com expectativas de salvaguardar povos locais, mas se deparam com engrenagens muito mais perigosas e complexas para embarcar nesta luta. São ameaçadas, perseguidas, intimidadas por diversas instâncias – do poder político e judiciário local ao poder empresarial nacional –, mas persistem no exercício de combater ações ilegais contra a Amazônia. Além disso, o fato de serem três protagonistas mulheres também aciona sentidos simbólicos sobre o papel da luta feminina por espaços de trabalho, de visibilidade e de reconhecimento. Na construção das protagonistas, tem-se uma associação direta ao *locus* amazônida, já que elas viajam para Cari, passam semanas em investigações cuidadosas e paralelas. No entanto, é possível estabelecer uma correlação direta entre cada espaço geográfico com cada uma das protagonistas: enquanto a ativista ambiental Luísa passa maior parte do tempo em Cari (Amazônia), o que gera inclusive problemas pessoais pelo distanciamento do filho, Natalie se dedica à causa mais fortemente em São Paulo, onde conduz uma atração jornalística de entrevistas em que pressiona personalidades e por vezes se coloca em risco profissional por desviar das expectativas de pauta da direção; e, por fim, Verônica transita por todos os ambientes, mas é a única que se desloca até Brasília em diferentes momentos da narrativa para negociar com políticos pela causa amazônica. São diferentes poderes (ambiental, político e financeiro-midiático) equacionados pela posição das protagonistas ao longo da trama que, distribuídas nos diferentes espaços, equilibram narrativamente as subtramas com o arco principal da luta por preservação.

Estas associações do espaço geográfico e das protagonistas também evidenciam pretensões narrativas quanto a aliança entre ficção e não-ficção, pois apontam para a veracidade das pautas tratadas, tensionam a narrativa de apenas reduzir a Amazônia a área distanciada e defendem a articulação entre distintos poderes e lugares para compreender a complexidade amazônida. Ainda que apelem a artifícios narrativos capazes de reforçar elementos estereotipados associados ao Brasil – tais como visões sobre corrupção, violência e pobreza – a trama também investe em atualizações que problematizam a Amazônia por um viés interconectado, amplificando as constatações sobre as causas dos abusos sentidos e sofridos por povos locais. Além disso, há também um reforço a imagens e imaginários sobre o “verde amazônico”, exaltando tanto áreas preservadas, de beleza natural realçada quanto as regiões já devastadas e invadidas ilegalmente. É o que se pode entrever quanto ao estereótipo internacional vinculado a Amazônia e sua marca. Como defendem Meimaridis, Mazur e Rios (2025, p. 14), esta categoria apela ao:

reforço de elementos conhecidos internacionalmente sobre o Brasil, como bossa nova ou futebol, e os estereótipos preconceituosos, como pobreza, violência e corrupção [...]. Aqui, equilibram-se tanto

imagens positivas quanto negativas do Brasil, mas todas são estereótipos que exotizam, essencializam e reduzem o país e sua cultura a alguns símbolos e/ou preconceitos. Perspectivas exportadas de *nation branding* também alimentam essa chave de leitura, assim como a repercussão estrangeira (tendenciosa ou não) de notícias sobre o Brasil.

Assim, a “marca Amazônia” em *Aruanas* perpassa pela apresentação de ambiências exploradas de forma negativa (lutas, embates, exploração irregular de terras, ataques a povos locais e indígenas, devastação ambiental), ainda que também exaltem pontos positivos de um imaginário sobre a região que destaca belezas naturais, exuberância verde, rios caudalosos e animais exóticos. A série congrega tais visões dualistas num exercício de atualização temática e aproximação a anseios globais de problematização do meio ambiente e da visão transnacional que se tem sobre a Amazônia em tempos de aquecimento global, escalada de violências contra grupos ambientalistas e descaso de autoridades políticas com a pauta natural.

Em âmbito mercadológico, *Aruanas* foi lançada como um produto original Globoplay para o catálogo do serviço de *streaming* do Grupo Globo, mas também integrou um lançamento internacional para mais de 150 países, em 11 idiomas diferentes, com arrecadação de doações para ONGs ambientais (Rocha, 2020), numa lógica de distribuição global. Além disso, “A produção contou com a parceria de 28 ONGs em todo o mundo como Greenpeace e ONU Meio Ambiente, mobilizando uma rede de ativistas de forma inédita. É possível imaginar que todas essas ações tenham uma forte razão: a série carrega um chamado global para ‘cuidar da Amazônia’”. (Rocha, 2020, p. 13). Outro fator de destaque na estrutura de pulverização global da obra foi a visita à sede da ONU por parte da equipe, em Nova Iorque, onde se reuniram com a presidente da Assembleia Geral, María Fernanda Espinosa<sup>3</sup>.

A divulgação da série em território nacional contou também com a estratégia e exibição do primeiro episódio em televisão aberta (no dia 3 de julho de 2019, um dia após o lançamento e disponibilização integral no catálogo do *streaming*) para, posteriormente, ser exibida de forma integral na TV Globo. Em TV aberta, a produção teve sua primeira temporada veiculada às terças-feiras, no horário noturno da emissora, entre 28 de abril e 30 de junho de 2020.

---

<sup>3</sup> Disponível em <https://brasil.un.org/pt-br/83450-s%C3%A9rie-aruanas-mostra-necessidade-de-cuidar-da-floresta-amaz%C3%B4nica>. Acesso em 09 set. 2025.

Outra estratégia mercadológica a se destacar é o fato de que a série contou com ações sustentáveis aplicadas durante as gravações, adotando uma reciclagem adequada de resíduos, redução no uso de materiais descartáveis, instalação de pontos de coleta seletiva, uso de figurinos e cenografia criados com materiais recicláveis e sustentáveis<sup>4</sup>. Assim, o produto se associa diretamente aos preceitos da “marca Amazônia” de preservação e cuidados práticos adotados para este fim.

Por fim, vale frisar que a composição de elenco foi outra estratégia mercadológica importante para a construção da obra audiovisual. No elenco estavam atores e atrizes indígenas, como Abraão Mazuruna e Kay Sara, que interpretaram, respectivamente, Raoni e Payall – num processo de inclusão e participação ativa dentro da equipe, além de inúmeros outros cidadãos selecionados para integrar os trabalhos<sup>5</sup>. Segundo informações veiculadas à época do lançamento, em 2019, “Além de Kay Sara, no papel de Payall, a série teve Abraão Mazurana (Raoni) em papel de destaque e mais de 30% do elenco — entre 131 atores e 2000 figurantes — composto por indígenas e moradores da região amazônica.”<sup>6</sup>.

## 4.2. Cidade Invisível

*Cidade Invisível* é uma ficção seriada integrante do catálogo de produtos originais Netflix Brasil, que ficou a cargo da distribuição das duas temporadas: a primeira contendo 7 episódios, enquanto a segunda contou com 5 episódios. Trata-se de uma produção em parceria entre Prodigio Films, Boipeba Filmes e BottleCap Productions, que teve sua estreia no catálogo de *streaming* em 5 fevereiro de 2021. Na equipe de produção, está o criador Carlos Saldanha, que também integra a produção executiva ao lado de nomes como Caito Ortiz, Marco Anton, Maresa Pullman e Luisa Adegas. Na direção artística, Fábio Goldfarb liderou os trabalhos. Nenhum destes nomes, por sua vez, tem origem amazônica.

Em termos narrativos, a série conta a história de Eric (Marco Pigossi), um policial ambiental que se depara com entidades do folclore brasileiro em torno de situações misteriosas que envolvem a própria vida e sua família. Na primeira temporada, Eric investiga a morte de um boto-cor-de-rosa numa praia do Rio de Janeiro e começa a investigar o caso, além de observar estranhas conexões entre

---

<sup>4</sup> Disponível em <https://observatorio3setor.org.br/serie-arua-na-teve-figurino-reaproveitado-coleta-seletiva-e-cenografia-com-reciclad0s/>. Acesso em 08 set. 2025.

<sup>5</sup> Disponível em <https://portalamazonia.com/tv/conheca-os-atores-amazonenses-que-integram-elenco-de-aruanas-nova-serie-da-globo/>. Acesso em 06 set 2025.

<sup>6</sup> Disponível em <https://www.uol.com.br/ecoa/ultimas-noticias/2020/06/30/etnias-indigenas-se-veem-pela-primeira-vez-representadas-na-tv-em-aruanas.htm>. Acesso em 09 set. 2025.

o ocorrido e a morte de sua esposa. Já na segunda temporada, ambientada no Pará, Eric procura pela filha Luna (Manu Dieguez), que está desaparecida. O policial ambiental apareceu numa área de proteção indígena, um santuário natural, onde estavam sua filha e Cuca (Alessandra Negrini), que buscavam trazê-lo de volta à vida depois de ter sido dado como morto ao final da primeira temporada.

Nessa construção narrativa, Eric vai se dando conta de que, mesmo após reencontrar a filha, eles não conseguem retornar para o mundo habitual de suas vidas (Rio de Janeiro) porque a menina tem uma missão a cumprir na região e ele próprio também deve contribuir para não desorganizar as conexões entre as entidades míticas e a natureza. Nesse processo, a narrativa vai equilibrando os mistérios da vida pessoal de Eric com as aparições de personagens míticas do folclore, tais como Cuca, Curupira, Iara, Saci, Matinta Pereira, Mula-sem-cabeça, entre outros. Ao longo das duas temporadas, tem-se uma evocação de universo narrativo pautado no simbolismo de crenças mitológicas e em imaginários exóticos sobre a Amazônia, que se desdobram em duas vertentes concretas: na primeira temporada, há foco no misticismo das lendas e fantasias, sem ambientação na Amazônia, enquanto a segunda temporada se desenvolve especificamente na Amazônia para se aproximar das temáticas míticas evocadas. Assim, estabelece-se uma arquitetura narrativa em que o universo mítico ora está distanciado, ora está inserido no agir do cotidiano dos personagens. Esta mudança na localização da trama não se deu, todavia, de forma autônoma, mas sim após críticas pela falta de representatividade na ambientação de uma temática amazônica:

Em *Cidade Invisível* (2021-2023), o Rio de Janeiro presencia trocas sobrenaturais entre pessoas e entidades das lendas dos povos originários brasileiros. Após críticas pela produção ter usado histórias indígenas sem dar o devido crédito e a ausência de indígenas no elenco, a segunda temporada deixou o Rio de Janeiro e se passou no Pará, estado da Floresta Amazônica, e contou com atores descendentes de povos originários. (Rios, Meimaridis, Mazur, 2024, p. 12)

Além disso, as imagens características da série levantam um arsenal de Amazônia que transita do mítico, com apelo a florestas suntuosas capazes de esconder mistérios intransponíveis, até a exuberância da fauna e flora regional. Os discursos acionados, a utilização de personagens indígenas com seus idiomas locais, os embates com grileiros exploradores da área, as respostas míticas de entidades que “salvam” a floresta e sua gente são alguns dos artifícios narrativos que tornam a série uma evocação de um simbolismo dramático assentado no exotismo como chave de interpretação sociocultural da região. Nesse sentido, *Cidade Invisível* torna visível um exotismo cultural específico, valendo-se do:

[...] uso de questões culturais e de localização específicas ao Brasil e suas regiões, a fim de alcançar um público interessado em consumir produções brasileiras, mas através das lentes do exotismo sobre o país. [...] o fator do exotismo cultural específico provoca curiosidade e até mesmo senso de misticismo no ato de “desbravar” o “desconhecido” por meio dessas narrativas. As apostas dessas séries estão na interiorização, no esoterismo, nas lendas e nos folclores, nos estilos de vida e nos comportamentos de comunidades e grupos sociais específicos. (Meimaridis, Mazur, Rios, 2025, p. 13-14)

A condição exótica da trama demonstra como a construção dos personagens envolveu uma articulação com a proposta de exaltação dos imaginários. Eric, o protagonista, é desenvolvido como o homem responsável por auxiliar no equilíbrio das forças míticas amazônicas, enquanto o conjunto de personagens lendários está gravitando ao redor dele e da filha para garantir a sobrevivência e manutenção da floresta e suas riquezas naturais. A iniciativa referenda os imaginários locais, coadunando com Terrazas et al. (2025), que questionam a validação de mitologias estrangeiras em detrimento das mitologias amazônicas em inúmeras narrativas ficcionais seriadas e ressaltam o passo significativo dado na produção de *Cidade Invisível* no que diz respeito a tal problemática. Para os autores, houve uma ativação positiva do misticismo regional, valorizando imaginários amazônicos em lugar de projeção de aspectos mitológicos de outras culturas. No entanto, vale ponderar o quanto deste imaginário emergiu na narrativa por sua condição amazônica ou se, na realidade, houve um apelo a mitologias nacionais que cabiam também à Amazônia – mas não só a ela.

O caso de *Cidade Invisível* mostra como a articulação de sentidos esteve atrelada a simbolismos de imagens conceituais e plásticas (Filho, 2016) da Amazônia: os povos da floresta, a fauna e flora, garimpos, exploração do espaço natural, cultura exótica, imaginário mítico, mistérios regionais, frutos típicos, igarapés, dentre outros. Essa articulação adensa no mundo ficcional com maior intensidade, projetando os misticismos em lugar das pautas políticas vistas em *Aruanas*. Assim, *Cidade Invisível* concentra esforços narrativos na apresentação de espectros do ficcional experimentado na cotidianidade dos povos regionais.

*Cidade invisível* é um convite a olhar para esses saberes invisíveis, esses sujeitos apagados por uma sociedade que impõe a legitimidade do ser e do saber. A partir da invisibilidade que ocorre na série, podemos discutir a existência de diferentes saberes, diferentes humanidades que resistem, nas margens, nos becos, com subterfúgios.

Em termos mercadológicos, a série da Netflix teve lançamento mundial em 2021 e alcançou o top 10 da lista de mais consumidos em cerca de 40 países. Foi o sucesso global da primeira temporada

que garantiu a produção da segunda temporada, que também obteve êxito em termos de taxas de assistência.

## 5. Considerações Finais

As plataformas de *streaming* dependem de interfaces para organizar a composição de seus catálogos, numa vastidão de produtos mecanizados para oferecer uma experiência de consumo continuado e intensificado, que se orienta a partir de estratégias de monitoramento dos gostos, hábitos de assistência, tempo de dedicação ao conteúdo, tipos de produtos pincelados no catálogo etc. Nesse sentido, os instrumentais aplicados pelas plataformas de serviços de vídeo sob demanda não se aproximam a um ideal purista de identificadores de matéria-prima audiovisual para “servir de bandeja” a públicos segmentados em função de suas vontades – como se as ações e decisões regidas por ferramentas maquínicas fossem arbítrios alinhados apenas a anseios de consumo do espectador, e não uma engrenagem por detrás de interesses de grandes conglomerados do setor. A Amazônia que emerge das ficções seriadas é, portanto, um artefato projetado, analisado e gestado a partir de dados compilados conforme os interesses produtivos destes grandes conglomerados, para atender anseios mercadológicos a partir das estruturas narrativas levadas à tela.

Em termos narrativos, *Aruanas* sugere maior inovação temática ao problematizar a Amazônia pelo viés das lutas e disputas econômicas, culturais e simbólicas, o que denota aproximação ao verossímil. A série do Globoplay investe na promoção de debates sobre conscientização da exploração ambiental, garimpos e negligência com o ecossistema regional. Já *Cidade Invisível* replica imaginários e misticismos como estratégia comunicativa associada à Amazônia, de modo a evidenciar crenças cristalizadas sobre a região, ainda que numa perspectiva de atualização de mitos para a contemporaneidade. Em termos de estratégias de mercado, Globoplay (*Aruanas*) apela à assimilação da pauta amazônica em tom naturalista; já Netflix (*Cidade Invisível*) prefere aspectos generalistas, fantasiosos e místicos para apelar a mercados transnacionais e garantir adesão de públicos amplos. Em ambos os casos, a “marca Amazônia” (Amaral Filho, 2016) é atualizada e revisitada a partir de novos intentos narrativos e de mercado.

A identificação de elementos narrativos e mercadológicos nas séries ficcionais para *streaming* ancoradas no universo narrativo da Amazônia demonstra a necessidade de investigações que

reconheçam o lugar da sociedade e cultura na Amazônia e o modo como as particularidades da região são implicadas em peças audiovisuais. Entendendo que audiovisual é construção que se tece na articulação com anseios e expectativas sociais, falar de Amazônia em ficções é avaliar como a cultura regional é projetada e amplificada pelas lentes narrativas de roteiristas e equipes do *streaming* com apelo a públicos tanto nacionais quanto internacionais. Assim, figurar a Amazônia hoje significa assumir a relevância das novas plataformas de produção audiovisual, bem como seus interesses econômicos e culturais. Por fim, a proposta deste trabalho dialoga com o investimento de dar visibilidade e notoriedade a questões da Amazônia, reconhecendo que a região assume um protagonismo também nas telas da ficção global.

O Norte brasileiro, em termos de figuração no audiovisual nacional, não se consolidou historicamente como um dos polos mais apresentados, representados e projetados. Pelo contrário, há décadas a dominação e concentração do polo criativo no eixo Rio de Janeiro-São Paulo serviu para reverberar as lógicas díspares de imaginar um Brasil à luz das regiões dominantes e economicamente detentoras de maior matriz capital. Quando palco de ficções, o Norte aparecia em telenovelas e séries pelas lentes sudestinas de equipes de criação, ainda que os universos narrativos trouxessem como protagonistas personagens nortistas (como, por exemplo, em *Mad Maria*, *Amazônia*, *de Galvez a Chico Mendes* e *A Força do Querer*). A chegada do *streaming* e o rearranjo das produções originais de ficção não promoveu, contudo, um deslocamento notável nestas peças cristalizadas no setor produtivo do audiovisual, com o Norte do Brasil a ocupar de forma diminuta e quase inexistente o arcabouço das tramas ficcionais criadas e desenvolvidas pelos serviços de *streaming* no país. Replicando hierarquias do audiovisual, a região Norte permanece, na era dos SVODs, como um *locus* distanciado, historicamente negligenciado e explorado por arquiteturas de poder que não aparecem nas telas dos catálogos das plataformas de *streaming*. Mais grave do que a inexpressiva taxa de produções em terreno nortista é a sustentação de estereótipos e misticismos como únicos artifícios cabíveis à região quando a Amazônia se torna suporte narrativo e fator mercadológico, com reducionismos que podem soar como simplistas quanto à diversidade sociocultural, ambiental, econômica, política, psicológica e espiritual do Norte brasileiro.



## REFERÊNCIAS

- ARAGÓN, L. *Há futuro para o desenvolvimento sustentável na Amazônia?* Belém: NAEA, 2002.
- ASMAR, A., RAATS, T.; VAN AUDENHOVE, L. Streaming difference(s): Netflix and the branding of diversity. *Critical Studies in Television*, v.18, n.1, pp. 24-40, 2023.
- BURROUGHS, B. “House of Netflix: streaming media and digital lore”. *Journal Popular Communication*, Londres, v.17, pp. 1-17, 2018.
- CARNEIRO, E. M. M.; SOSA, M. C. R.; ARNT, A. de M. A ciência e os conhecimentos da Cidade Invisível. *Educação e Realidade*, v. 48, 2023, p. 1-15.
- COCA, A. P.; TAVARES, M. Aruanas: a Agenda 2030 da ONU na pauta da ficção seriada em streaming. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, v. 21, n. 40, 2022.
- COSTA, A. C.; NUNES, P. J.; COSTA, V. M. Marcas culturais da Amazônia: dialogismo e construção de sentidos entre a televisão e a literatura na obra Dois Irmãos. *Revista Eco-Pós*, v.27, n.3, 2024, p. 470–494.
- FILHO, O. A. *Marca Amazônia: o marketing da floresta*. Curitiba: CRV, 2016.
- FILHO, O. A.; CASTRO, F. F. de; COSTA, A. C. Marca Amazônia: estratégias de comunicação publicitária, ambientalismo e sustentabilidade. *Revista Comunicação Midiática*, v.10, n.3, set-dez 2015, p. 105-118.
- GRECO, C., SOUZA, G.; PEREIRA, S. L. Consumo midiático, localismos e cosmopolitismos: a série brasileira Coisa mais linda. *Lumina*, 14(1), 156-173, 2020.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 5. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2015.
- MASSAROLO, J. et al. Aruanas: inovação e criatividade em tempos de pandemia de Covid-19. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; SILVA, Lourdes Ana Pereira (orgs.). *Criação e Inovação na Ficção Televisiva em tempos de pandemia de Covid-19*. Coleção Teledramaturgia. Volume 7. Alumínio/SP: Clea Editorial, 2021. p. 129-148.
- MEIMARIDIS, M., MAZUR, D.; RIOS, D. Diversidade sob demanda: entre o Brasil e o Brasil dos Originals do streaming de vídeo. *Palavra Chave*, v. 28, n. 2, 2025.
- LOPES, M. I. V. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. *Comunicação & Educação*, n. 26, pp. 17-34, 2003.
- LOPES, M. I. V. Telenovela como recurso comunicativo. *MATRIZES*, v. 3, n. 1, pp. 21-47, 2009.
- LOTZ, A. D.; LOBATO, R. (Ed.). *Streaming Video: Storytelling Across Borders*. New York: NYU Press, 2023.
- RIOS, D., MEIMARIDIS, M.; MAZUR, D. À sombra da dominância: produção audiovisual nacional à moda Netflix. *Intexto*, n. 56, pp. 1-23, 2024.
- ROCHA, S. M.; FERREIRA, M. de A.; SILVA, M. O. S.; VIEIRA, G. A.; SILVA, M. V. M. e; AVILA, M. A.; BEZERRA, L. R. Mercado e produção de ficção seriada para streaming no Brasil: desafios para a regulação, a diversidade e a construção de políticas públicas. *Eptic*, v. 27, n. 1, p. 85-107, 2025.

ROCHA, S. M. Coisa Mais Linda, a expansão do argumento clássico e a (não) realização do amor romântico e heterossexual. In: BRAVO, P. R.; CASSANO, J.; PIZARRO, A. (Org.). *Ficción televisiva, amor romántico y representaciones de género*. Lima: Editora da Pontificia Universidad Católica del Perú, 2024, p. 92-103.

ROCHA, S. Ficção seriada televisiva no Brasil: Apontamentos sobre a produção para streaming. *Revista Eletrônica Internacional De Economia Política Da Informação Da Comunicação E Da Cultura*, v. 24, n. 3, pp. 67-84, 2022.

ROCHA, S. M.; SILVA, M. V. M. e; ANCHIETA, W.; FERREIRA, M. de A.; ARANTES, L. M. C. Expansões do modelo clássico de storytelling e a conquista atencional em produções da Netflix no Brasil: 3%, Coisa Mais Linda e Boca a Boca. In: *Anais do XXX Encontro Anual da Compós*, Pontificia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo – SP, 27 a 30 de julho de 2021.

ROCHA, S. M. Aruanas e a poética televisual na era do streaming. *Anais do XXIX Encontro anual da Compós*, Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, Campo Grande/MS, 2020.

TERRAZAS, A. do N. P. M.; OLIVEIRA, E. S. N. de; ALMEIDA, N. R. de. A visibilidade das lendas amazônicas na série Cidade Invisível: uma crítica decolonial. *Cuadernos de Educación y Desarrollo*, Portugal, v.17, n.7, p. 1-18, 2025.

**DECLARAÇÃO DE DISPONIBILIDADE DE DADOS DA PESQUISA:**

Todo o conjunto de dados de apoio aos resultados deste estudo foi publicado no próprio artigo.

**FINANCIAMENTO:**

O presente trabalho foi realizado com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – Brasil (CNPq).

O presente trabalho foi realizado com apoio da Fundação Amazônia de Amparo a Estudos e Pesquisas do Pará – Brasil (FAPESPA).

**DECLARAÇÃO DE CONFLITO DE INTERESSE:** O autor declara que não há conflito de interesses a mencionar.

**MINIBIOGRAFIA DO AUTOR DO PAPER**

Professor Assistente da Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará – Unifesspa, campus Rondon do Pará, no curso de Jornalismo (FACOM). Doutor e mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

## Este preprint foi submetido sob as seguintes condições:

- Os autores declaram que os necessários Termos de Consentimento Livre e Esclarecido de participantes ou pacientes na pesquisa foram obtidos e estão descritos no manuscrito, quando aplicável.
- Os autores declaram que a elaboração do manuscrito seguiu as normas éticas de comunicação científica.
- Os autores declaram que estão cientes que são os únicos responsáveis pelo conteúdo do preprint e que o depósito no SciELO Preprints não significa nenhum compromisso de parte do SciELO, exceto sua preservação e disseminação.
- Os autores declaram que os dados, aplicativos e outros conteúdos subjacentes ao manuscrito estão referenciados.
- O manuscrito depositado está no formato PDF.
- Os autores declaram que a pesquisa que deu origem ao manuscrito seguiu as boas práticas éticas e que as necessárias aprovações de comitês de ética de pesquisa, quando aplicável, estão descritas no manuscrito.
- Os autores declaram que uma vez que um manuscrito é postado no servidor SciELO Preprints, o mesmo só poderá ser retirado mediante pedido à Secretaria Editorial do SciELO Preprints, que afixará um aviso de retratação no seu lugar.
- Os autores concordam que o manuscrito aprovado será disponibilizado sob licença [Creative Commons CC-BY](#).
- O autor submissor declara que as contribuições de todos os autores e declaração de conflito de interesses estão incluídas de maneira explícita e em seções específicas do manuscrito.
- Os autores declaram que o manuscrito não foi depositado e/ou disponibilizado previamente em outro servidor de preprints ou publicado em um periódico.
- Caso o manuscrito esteja em processo de avaliação ou sendo preparado para publicação mas ainda não publicado por um periódico, os autores declaram que receberam autorização do periódico para realizar este depósito.
- O autor submissor declara que todos os autores do manuscrito concordam com a submissão ao SciELO Preprints.