

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação em Comunicação

Livia Maia Caldeira Arantes

ORIGINAIS BRASIL: mapeamento da ficção seriada em Globoplay e Netflix

Belo Horizonte

2023

Livia Maia Caldeira Arantes

ORIGINAIS BRASIL: mapeamento da ficção seriada em Globoplay e Netflix

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais como requisito parcial à obtenção do título de Doutora em Comunicação.

Orientadora: Profa. Dra. Simone Maria Rocha

Belo Horizonte

2023

301.16	Arantes, Livia Maia Caldeira.
A662o	Originals Brasil [manuscrito] : mapeamento da ficção
2023	seriada em Globoplay e Netflix / Livia Maia Caldeira Arantes. - 2023. 162 f. Orientadora: Simone Maria Rocha.
	Tese (doutorado) - Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. Inclui bibliografia
	1. Comunicação – Teses. 2. Televisão – Seriados - Teses. I. Rocha, Simone Maria. II. Universidade Federal de Minas Gerais. Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. III. Título.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

ATA DA DEFESA DE TESE DE LIVIA MAIA CALDEIRA ARANTES

NÚMERO DE REGISTRO NA UFMG: 2021655630

Às nove horas do dia dois de agosto de 2023, na Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais reuniu-se a comissão examinadora, constituída pelo professor doutor Marcos Vinicius Meigre e Silva (UFMG) e pelas professoras doutoras Simone Maria Rocha (Orientadora - DCM/FAFICH/UFMG), Iluska Maria da Silva Coutinho (UFJF), Vanessa Veiga de Oliveira (DCM/FAFICH/UFMG) e Maíra Bianchini dos Santos (UFBA). A comissão reuniu-se para julgar o trabalho final da aluna do doutorado Livia Maia Caldeira Arantes, intitulado "**ORIGINAIS BRASIL: Mapeamento da Ficção Seriada em Globoplay e Netflix**", requisito final para obtenção do Grau de Doutora em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais, área de concentração Comunicação e Sociabilidade Contemporânea, linha de pesquisa Processos Comunicativos e Práticas Sociais. Abrindo a sessão, a orientadora e presidente da comissão, professora Simone Maria Rocha apresentou a banca, e em seguida passou a palavra à candidata para apresentação de seu trabalho final. Após a apresentação, seguiu-se a arguição pelos examinadores, com a respectiva defesa de Livia Maia Caldeira Arantes. Logo após, a Comissão se reuniu, sem a presença da candidata e do público, para julgamento e expedição do resultado final. A Comissão Examinadora julgou a candidata **apta a receber o grau de Doutora em Comunicação Social**. O resultado final foi comunicado publicamente à candidata pela Presidente da Comissão que encerrou a sessão, lavrando assim, o presente documento, que será assinado por todos os membros participantes da Comissão Examinadora. Belo Horizonte, 02 de agosto de 2023.

Prof^a. Dr^a. Simone Maria Rocha (DCM/FAFICH/UFMG)

Prof^a. Dr^a. Iluska Maria da Silva Coutinho (UFJF)

Prof. Dr. Marcos Vinicius Meigre e Silva (UFMG)

Prof^a. Dr^a. Vanessa Veiga de Oliveira (DCM/FAFICH/UFMG)

Prof^a. Dr^a. Maíra Bianchini dos Santos (UFBA)

Assinatura dos membros da banca examinadora:



Documento assinado eletronicamente por **Iluska Maria da Silva Coutinho, Usuário Externo**, em 02/08/2023, às 12:33, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Vanessa Veiga de Oliveira, Professora do Magistério Superior**, em 02/08/2023, às 12:35, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Maíra Bianchini dos Santos, Usuário Externo**, em 02/08/2023, às 12:36, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Simone Maria Rocha, Professora do Magistério Superior**, em 02/08/2023, às 12:36, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Marcos Vinicius Meigre e Silva, Usuário Externo**, em 02/08/2023, às 12:41, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufmg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **2373114** e o código CRC **B3BAD8B1**.

Em memória de meu pai, **Antônio Dutra de Arantes**, o rei da disciplina.

✧ 26 de Julho de 1951

† 26 de Junho de 2023

“Television is not a poor cousin of film”.
(THOMPSON, 2003)

RESUMO

Nossa análise objetiva examinar a produção de ficção seriada original nos dois maiores serviços de vídeo sob demanda (SVOD) no Brasil: Globoplay e Netflix. Buscamos mapear a situação atual dessa produção, identificando quem está produzindo, como estão sendo feitos os conteúdos e quais histórias estão sendo contadas e/ou exportadas.

Para contextualizar, tomamos como referência as novelas da Rede Globo devido à sua longa tradição como forma dominante de produção e contação de história no Brasil. A TV Globo desfruta da supremacia do público e do domínio do mercado de ficção seriada televisiva há quase seis décadas. Seu estilo e métodos de produção tornaram-se profundamente enraizados no tecido cultural local, promovendo uma conexão leal com os telespectadores.

No entanto, desde a chegada da Netflix ao Brasil em 2011, houve uma movimentação no mercado interno que se intensificou em 2016, quando esse SVOD começou a produzir conteúdo original localmente. Dessa forma, estudamos as produções originais da Globoplay e da Netflix, analisando as características de cada plataforma do ponto de vista mercadológico e industrial, ao mesmo tempo em que investigamos os aspectos culturais das obras originais produzidas no país. Para isso, realizamos uma pesquisa teórica sobre a TV na era do *streaming* e as particularidades desse momento da indústria de distribuição digital e produção de séries ficcionais. Também analisamos as estratégias de comunicabilidade das séries originais para investigar as propostas de interação cultural das obras em tela.

Concluimos que as obras estudadas revelam uma dinâmica local-global, onde as produções têm temas universais, mas poucos elementos brasileiros. Observamos avanços na abordagem genérica, porém, esses elementos estão fortemente ligados ao drama. Há pouca diversidade de perfil dos protagonistas, o que negligencia questões de gênero, raça, inclusão de pessoas com deficiência e liberdade identitária e sexual. Além disso, as empresas do setor mostram pouco acolhimento e abertura para novos talentos, enquanto os profissionais do audiovisual enfrentam condições precárias de trabalho.

Palavras-chave: indústrias da mídia; estratégias de comunicabilidade; SVODs; ficção seriada; TV no Brasil

ABSTRACT

Our analysis aims to examine the production of original fiction series on the two largest subscription video-on-demand (SVOD) services in Brazil: Globoplay and Netflix. How is each of these players acting in the local media industry? We seek to map the current situation of original production for those services, identifying who is producing, how the content is being made and which stories are being produced and/or exported.

To provide context, we use Rede Globo's telenovelas as a reference point due to their longstanding tradition as the dominant form of production and storytelling in Brazil. Rede Globo has enjoyed audience supremacy and market dominance in television serial fiction for nearly six decades. Their style and production methods have become deeply ingrained in the cultural fabric, fostering a loyal connection with viewers.

However, since the arrival of Netflix in Brazil in 2011, there has been a movement in the domestic market that intensified in 2016, when this platform started to produce original content locally. Thus, we study the original productions of Globoplay and Netflix, analyzing the characteristics of each service from a marketing and industrial point of view, while investigating the cultural aspects of the original works produced in the country. For this endeavor, we carried out a theoretical research on TV in the streaming era and the particularities of that moment in the digital distribution and production industry of fictional series. We also analyzed the communicability strategies of the original series to investigate the proposed cultural interaction of the works on the screen.

We concluded that the series reveal a local-global dynamic, where the productions have universal themes, but few Brazilian elements. We observed advances in the generic approach, however, these elements are strongly linked to the drama. There is little diversity of protagonists profiles, which neglects issues of gender, race, inclusion of people with disabilities and identity and sexual freedom. In addition, companies in the sector show little reception and openness to new talent, while audiovisual professionals face precarious working conditions.

Keywords: media industries; strategies of communicability; SVODs; serial fiction; TV in Brazil.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1. Anúncio em Globoplay no aplicativo pelo celular / Reprodução	72
Figura 2. Anúncio em Globoplay no navegador pelo computador / Reprodução	72
Figura 3. Profissionais mais contratados pelos <i>streamings</i>	96
Figuras 4 e 5. Títulos mais assistidos em Globoplay / Reprodução	99
Figuras 6 e 7. Títulos mais assistidos em Netflix / Reprodução	100
Figura 8. Anúncio de <i>Glamorous</i> na Netflix / Reprodução	145

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Obras originais Globoplay	64
Tabela 2. Produtoras Globoplay	73
Tabela 3. Obras originais Netflix	79
Tabela 4. Produtoras Netflix	88
Tabela 5. Produtoras contratadas por canais e SVODs	93
Tabela 6. Histórias Contadas na Globoplay	102
Tabela 7. Protagonistas da Globoplay	113
Tabela 8. Histórias Contadas na Netflix	119
Tabela 9. Protagonistas da Netflix	130
Tabela 10. Temas em Globoplay e Netflix	135
Tabela 11. Protagonistas da Globoplay e da Netflix	146

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS: A FICÇÃO TELEVISIVA NO BRASIL.....	15
1.1 DESDE OS PRIMÓRDIOS ATÉ HOJE EM DIA.....	15
1.2 STORYTELLING LOCAL.....	21
1.3 QUEM PAGA A CONTA?.....	27
1.4 A CHEGADA DE NETFLIX NO BRASIL.....	31
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA: ENTENDENDO A GEOGRAFIA DO STREAMING.....	33
2.1 A INDÚSTRIA DA MÍDIA E A TV NA ERA DO STREAMING.....	36
2.2 AS HISTÓRIAS EM TELA.....	51
3. DELIMITAÇÕES DA PESQUISA E QUESTÕES SOBRE O MÉTODO.....	59
4. ANÁLISES - CONSTRUINDO O MAPA DO STREAMING NO BRASIL.....	64
4.1 AS FORMAS DE PRODUÇÃO NO/DO BRASIL.....	64
4.1.1 Globoplay.....	64
Atuação industrial.....	69
Autoria dos conteúdos.....	74
Quantidade e extensão dos produtos.....	79
4.1.2 Netflix.....	80
Atuação Industrial.....	85
Autoria dos conteúdos.....	90
Quantidade e extensão dos produtos.....	93
4.1.3 Globoplay versus Netflix.....	94
4.2. AS HISTÓRIAS CONTADAS NO/DO BRASIL.....	103
4.2.1 Globoplay.....	103
Tema central.....	107
Gênero.....	113
Perfil dos protagonistas.....	114
4.2.2 Netflix.....	120
Tema central.....	124
Gênero.....	129
Perfil dos protagonistas.....	131
4.2.3 Globoplay versus Netflix.....	137
Tema central.....	137
Gênero.....	145
Perfil dos protagonistas.....	148
CONCLUSÃO.....	149
REFERÊNCIAS.....	154

INTRODUÇÃO

Não. De saída já deixamos claro e posicionado: não pretendemos esgotar o universo da produção atual de ficção seriada audiovisual no Brasil. Nosso recorte pretende ser claro o suficiente para podermos proporcionar uma base para os estudos que se seguirão após a conclusão desta tese. Dito isso, vamos ao que viemos.

Esse trabalho pretende realizar um panorama das ficções seriadas (séries, telenovelas e minisséries) lançadas por dois serviços de vídeos sob demanda (SVODs pela sigla original em inglês *Subscription Video On Demand*): Globoplay e Netflix. Essa última possui produção em diversos países do mundo, mas as que nos interessam são as comissionadas com produtoras brasileiras e que, portanto, se passam em território nacional e são faladas em português do Brasil. Nossa busca é por compreender quais as características industriais e culturais das produções seriadas ficcionais dos dois maiores produtores de conteúdo brasileiro para o *streaming*.

O Brasil tem uma tradição histórica de produção de telenovelas, sobretudo a Rede Globo de Televisão, um canal aberto que produz conteúdo ficcional seriado há quase 60 anos. Quando Netflix pousou em solo nacional, o Grupo Globo, com seus diversos canais de TV linear, reinava sozinho, campeão de audiência em diversos níveis. A produção independente focava sua atenção na concorrência acirrada por financiamento público das obras, com parceria de canais a cabo via Lei 12.485/2011.

Netflix chega como um novo *player* numa indústria que já era desigual, provocando entusiasmo nos mais otimistas e agitação por parte dos conglomerados de mídia locais. Os otimistas enxergavam uma chance de melhor escoamento de produção cultural, com vistas a uma alternativa sólida de financiamento. Os conglomerados foram compelidos a buscar a novos mercados, mediante o lançamento de seus próprios serviços de *streaming*. Isso aconteceu em três grandes produtores televisivos na América Latina. No Brasil, a TV Globo lançou em 2015 a Globoplay. No México, a Televisa lançou Blim em 2016. E na Colômbia, a Caracol lançou a Caracol TV Play um pouco mais tarde, em 2021. A seu turno, produtoras e profissionais do ramo começaram a atentar para a presença desses novos *players* em eventos de negócios da área, levando propostas e negociando histórias.

Jennifer Holt, pesquisadora americana da indústria da mídia, já avisava em 2019 sobre a existência de um universo obcecado por *streaming* e essa obsessão pode ser vista na quantidade e variedade de serviços disponíveis hoje no mercado brasileiro. Esse cenário indica diversas continuidades e rupturas na produção e distribuição de conteúdo quando entra

no mercado um *player* que é, ao mesmo tempo, curador, distribuidor e produtor de audiovisual. Pensar sobre esses serviços, então, implica considerar lógicas até então desconhecidas pelo público, pelos profissionais e também pelos pesquisadores da área.

Por isso, localizamos esses serviços dentro dos estudos da indústria da mídia, despindo-nos das lentes da demografia (LOTZ, 2022) para olharmos atentamente para as estratégias de formação de catálogo, busca por audiência, posicionamento de marca e criação de conteúdo original que acontece, agora, de forma global. Com pouca ou nenhuma fronteira nacional na distribuição de conteúdos, as empresas de atuação em vários países enfrentam diversos desafios nos mercados locais na busca de aproximação com a audiência, negociação com produtores e criação de conteúdo que atenda a audiências globais e locais ao mesmo tempo. Enquanto isso, a indústria local, com tradição e audiência cativa, compete pelos mesmos recursos e audiências no mercado interno.

Ao analisarmos a Globoplay em contraponto com a Netflix nosso propósito não é adicionar mais uma batalha às guerras do *streaming*, pois reconhecemos as diferenças entre cada portal em termos de audiência, história, estrutura e financiamento. Esse embate é tão-somente provocado pelo vasto número de produções em solo nacional e por serem os detentores do maior número de assinantes no Brasil. Netflix será também analisada pelo seu pioneirismo e Globoplay pela relação histórica construída com a audiência brasileira ao longo de sua trajetória enquanto conglomerado de mídia.

O conteúdo também será analisado por meio de aspectos culturais no sentido de tentar compreender quais histórias estão sendo contadas para assinantes de meios digitais de distribuição de vídeo. Para termos um parâmetro adequado de comparação, elegemos as telenovelas exibidas pela TV Globo como marco antecessor das produções do *streaming*. Essa escolha foi feita com base no volume de produções com esse formato desse veículo, assim como na extensa quantidade de pesquisa feita sobre essas obras no país. Estudos anteriores, realizados por pesquisadores respeitados, como Souza (2002), Lopes (2009), Sacramento (2012), entre outros, estabelecem semelhanças entre as novelas da Globo e, por isso, atentamos a esse padrão como comparativo para as produções posteriores.

Nesse sentido, observamos de forma cautelosa todas as produções lançadas pela Globoplay e pela Netflix ao longo de oito anos. O marco temporal se inicia com a primeira série original lançada pela Netflix, *3%* em 2016, até o lançamento da série *Os Outros* (2023) pela Globoplay em 31 de maio de 2023. Ao todo, são 46 títulos disponibilizados pelos dois serviços que serão analisados a partir da atuação industrial, equipe de produção e escrita, tema central, gênero cultural e perfil dos protagonistas.

Para esse trabalho, nos valemos da definição de Amanda D. Lotz (2022) para SVOD, sigla do termo em inglês *Subscription Video-On-Demand*. Quando lançou a obra *Portals* (LOTZ, 2017) a autora categorizou os serviços de *streaming* como TV distribuída pela internet. No entanto, em obra mais recente, Lotz (2022) reavalia essa categorização por entender que as lógicas dos portais em coletar, selecionar e distribuir programação audiovisual via distribuição na internet são muito diferentes daquelas de uma TV linear e, portanto, mais adequado seria categorizá-los como serviços de vídeo sob demanda. Diferente também de Catherine Johnson (2019), que trabalha com o termo TV online, cuja definição inclui as TVs lineares em suas incursões online.

Assim, utilizaremos os termos SVOD, portal, *streaming* e plataforma como sinônimos para melhor fluência no texto, mas seguiremos a definição de Lotz (2022) que entende SVOD como serviço de vídeo sob demanda, que cura, produz e distribui conteúdo pela internet a partir de um portal. Para ter acesso a esse portal é preciso pagar uma taxa fixa mensal ou anual. Com isso, o assinante tem acesso a um catálogo de obras culturais e concorda em compartilhar dados de navegação que vão orientar sistemas de recomendação de títulos e servirão também para auxiliar na curadoria e produção de novos conteúdos.

Nossa incursão pretende fazer um mapeamento de uma parte da produção de ficção seriada no Brasil, a dos *streamings*, no sentido de desenhar um momento de intensas mudanças na indústria audiovisual local. Mudanças essas estimuladas pela entrada de mais um veículo de produção e exibição de séries ficcionais em solo nacional e pelos atributos trazidos pela distribuição de conteúdo via internet. Também observamos relações dessa indústria com o evento da pandemia de Covid-19, que alterou drasticamente o ritmo das produções dos portais, que vinham num crescente. Como se trata de apenas 46 títulos, nossa empreitada não poderá, de fato, estabelecer uma análise quantitativa apropriada, mas seremos capazes de observar indícios do perfil dessas produções que estão às vésperas de completar uma década. Com essa jornada, objetivamos debruçar nosso olhar para os primeiros anos de produção original dos maiores *streamings* atuantes no Brasil em 2023, comparando os modos de fazer e as histórias contadas com o cenário anterior de predominância de produções de telenovelas da TV aberta, encabeçadas principalmente pela Rede Globo.

Por fim, colocamo-nos como uma analista e pesquisadora situada dentro da cultura brasileira e latino-americana, o que, longe de realizar um estudo enviesado, nos serve para pontuar questões específicas de conteúdo e lógica de produção a partir de um ponto de vista que é político, cultural, social e econômico. Nossa postura analítica, porém, se blinda de investidas pessoais ao considerar que a indústria nacional é dinâmica e reflete questões

sociais, econômicas e políticas vividas não apenas pela audiência, mas também pelos profissionais envolvidos na produção dessas séries.

No primeiro capítulo, desenvolvemos uma escrita voltada a situar o leitor nos antecedentes históricos e sociais da televisão brasileira antes da chegada no Brasil do serviço de vídeo sob demanda em 2011. O leitor pode acompanhar os fatos que começam com o lançamento da primeira telenovela até a consolidação da Rede Globo como principal contadora de histórias do país. Esse capítulo nos ajuda a compreender como esse modo de contar é familiar à audiência brasileira, característica confrontada com a chegada da Netflix como um novo *player* produtor de ficção seriada.

No segundo capítulo abordamos as questões teóricas da indústria da mídia, bem como alguns aspectos da estratégia de comunicabilidade estabelecida em obras televisivas. A primeira parte do capítulo se concentra em delinear o nosso campo de pesquisa em consonância com os estudos industriais da mídia. Essa empreitada nos auxilia a localizar os objetos Globoplay e Netflix em uma estrutura que é mundial, mas observando as características locais de mercado e legislação, explorando a dinâmica da globalização de forma mais específica nos produtos audiovisuais. A segunda parte investe nas propostas de interação de um produto audiovisual, que estabelece conexões com a audiência pretendida em diversos níveis. O capítulo três marca com detalhes a extensão do *corpus* e explicita os diversos passos de análise, que ocupam, assim, o capítulo quatro deste trabalho.

Ao final dessa jornada, concluímos que esse primeiro conjunto de obras lançado pelos *streamings* no Brasil foi produzido por um grupo seletivo e já estabelecido no mercado nacional, não deixando oportunidade real para a maioria dos roteiristas e produtoras independentes do país. O que contraria a empolgação inicial que se tinha sobre a entrada de novos *players* na indústria local. Com relação às histórias contadas nas séries, há uma relação próxima com alguns aspectos das formas de contar tradicionalmente oferecidas na TV brasileira, especialmente pela TV Globo. As clássicas histórias de mulheres brancas de classe média que enfrentam dilemas inerentes à sua condição social são as tramas mais recorrentes. Além disso, há pouca diversidade no protagonismo das histórias, que possuem poucos personagens negros, homossexuais ou com deficiência. Em apenas três títulos foi possível observar um afastamento da dinâmica local-global, trazendo histórias mais íntimas da tradição cultural local. A imensa maioria dos conteúdos, portanto, abarca traços locais, mas retrata temas e buscas mais universais. Nesse mapa dos ‘Originais Brasil’, há muitos terrenos carentes de adubo.

1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS: A FICÇÃO TELEVISIVA NO BRASIL

Compreender a ficção televisiva no Brasil hoje, em 2023, passa por conhecer os antecedentes históricos, artísticos e de mercado que ajudaram a formatar o cenário atual. Nesse capítulo, retomamos os primórdios da teledramaturgia no país para captar com mais precisão os caminhos encontrados pela produção local para lidar com a chegada dos serviços globais de *streaming* 60 anos depois do início das primeiras telenovelas.

1.1 DESDE OS PRIMÓRDIOS ATÉ HOJE EM DIA

A dramaturgia televisiva no Brasil foi fundada nos parâmetros da alta cultura do teatro dos anos 1950. Pela falta de recursos tecnológicos e financeiros que viabilizassem a gravação das produções em videotapes, a programação estava centrada nas apresentações ao vivo. Em virtude disso, o teleteatro ganhou as telas de forma avassaladora na primeira década de existência da TV em solo brasileiro e depois foi substituída pela telenovela:

Principal gênero dramático da televisão brasileira a que se assistiu nos anos 1950, o teleteatro foi o programa ficcional de maior prestígio junto ao público, aos profissionais da televisão e aos críticos que acompanhavam as telepeças em todos os horários e emissoras existentes naqueles primeiros anos da TV. Isso se deve, em parte, ao fato de os principais teleteatros (“Grande Teatro Tupi”, “TV de Vanguarda”, “Câmera Um”) trazerem para a TV um referencial da chamada “alta cultura”, exibindo os clássicos da dramaturgia e literatura mundiais e, ainda, levando à telinha os atores mais representativos do nosso teatro (BRANDÃO, 2010, p. 37).

Ainda segundo Brandão (2010), as dramatizações eram destinadas ao público feminino e traziam a estética cinematográfica para uma espécie de “laboratório permanente de experiências televisivas” (p. 38) durante a primeira década da TV. Naquele momento, ainda não era comum a divisão da história em capítulos, algo que foi herdado do rádio e aplicado nas telenovelas.

Enquanto isso, outro formato já era gestado para a inexperiente TV brasileira, com influência do rádio das radionovelas, com seus enredos complexos, romance e música: a novela. Nas décadas de 1940 e 1950, o rádio era o meio de comunicação predominante no Brasil e concentrava grandes talentos da dramaturgia. Além disso, os anunciantes viabilizavam um alto volume de produções, que eram voltadas ao público feminino, fazendo com que o modelo de receita por meio de comerciais também fosse aplicado na TV. Com a

televisão em ascensão, os talentos e os anunciantes migraram para o novo veículo (CALABRE, 2008; BRANDÃO, 2010).

As primeiras novelas foram escritas, produzidas e dirigidas por profissionais do rádio. O elenco também era formado por antigos radioatores com experiência nas radionovelas. O pessoal do rádio, acostumado a utilizar só a voz nos textos radiofônicos, esforçavam-se para substituir as entonações radiofônicas pela chamada “voz branca” da TV (com poucos harmônicos, tom grave). Os atores também não tinham uma expressão corporal adequada e não eram familiarizados com as câmeras. O resultado era que a locução ficava perfeita, mas a postura do corpo apresentava-se em total desacordo com as necessidades da cena (BRANDÃO, 2010, p. 50)¹.

A primeira telenovela brasileira, *Sua Vida me Pertence*, foi ao ar entre dezembro de 1951 e fevereiro de 1952, pela TV Tupi. A Tupi foi a primeira rede de televisão do Brasil, inaugurada em setembro de 1950, em São Paulo, e pertencia ao conglomerado de mídia Diários Associados, comandado à época pelo jornalista Assis Chateaubriand. Apesar de ser a rede dominante no país durante grande parte das décadas de 1950 e 1960, enfrentou dificuldades financeiras e problemas internos de gestão na década de 1970, o que levou ao seu fechamento em 1980.

As novelas da TV Tupi eram conhecidas por serem inovadoras e frequentemente abordavam questões sociais e políticas. A obra *Beto Rockefeller*, que foi ao ar em 1968, retratou a vida de um rico empresário playboy que se desiluiu com seu estilo de vida privilegiado e se envolveu em causas sociais. Outras novelas abordaram temas como direitos da mulher, meio ambiente e justiça social, como, por exemplo, a obra *Mulheres de Areia* (1973): um drama sobre ciúme, ganância e diferenças de classe.

O perfil inovador da emissora incomodou o governo ditatorial militar brasileiro da época, que atuou incisivamente para a destituição de Chateaubriand do comando da rede. Aliados às dificuldades financeiras, os problemas de gestão levaram a emissora à falência em 1980 e suas concessões foram revogadas pelo governo militar de João Figueiredo (FRANCFORT, VIEL, 2022).

Outras TVs também deixaram suas marcas na teledramaturgia brasileira. Citamos aqui algumas produções e emissoras que marcaram a época e a teledramaturgia brasileira, com informações de Sérgio Mattos (2010) e do site Teledramaturgia², que nos auxiliam no entendimento da conformação do *storytelling* local.

¹ Pedimos desculpas pela conotação racista a que o termo “voz branca” está associado, lembrando que não é uma definição criada pela pesquisadora Cristina Brandão, autora do texto citado.

² Disponível em: <<http://teledramaturgia.com.br/>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

A TV Record nasceu em 1953, instalada no primeiro prédio construído para abrigar uma emissora de televisão. Em 1954, foi ao ar por essa emissora a primeira série de aventura produzida no país: *Capitão 7*. A Record também foi responsável por outro sucesso de audiência: *A Escrava Isaura* (2004-2005), escrita por Tiago Santiago e Anamaria Nunes. Nas décadas de 1990 e 2000, a emissora se posicionou frente a frente com a Rede Globo na briga por audiência, chegando a contratar diversos atores da Globo para suas telenovelas a fim de lucrar com a fama que haviam obtido na concorrente³. A Rede Record de Televisão, que hoje é propriedade da Igreja Universal do Reino de Deus, iniciou em 2010 um ciclo de produção de teledramaturgia relacionadas ao Antigo Testamento. Isso fez com que a emissora ficasse conhecida por suas novelas de cunho religioso (GOMES, 2017).

Em 1958, foi inaugurada a TV Cultura, com programação educativa e cultural. A emissora de São Paulo lançou um dos programas infantis de maior sucesso no país: *Castelo Rá-Tim-Bum*. A série de ficção foi ao ar entre 1994 e 1997, com 90 episódios e um especial. Inicialmente estavam previstos 70 episódios, com custo à época de um milhão e 200 mil dólares cada (APOLINÁRIO, 1993). Anos depois da finalização da produção, a franquia continua a gerar lucros com exposições, especiais e outros produtos, com planos para estreiar nas telonas⁴. Entre outras produções, a TV Cultura também lançou a primeira telenovela educativa, *João da Silva*, em 1974.

A TV Excelsior foi inaugurada em 1960 e já em 1963 exibiu a primeira telenovela diária do país: *25-499*. Foi da TV Excelsior também a telenovela mais longa da história do Brasil. Com 596 capítulos, *Redenção* foi ao ar entre 1966 e 1968. Para essa produção, a Excelsior construiu a primeira cidade cenográfica erguida para uma telenovela. Depois de um grande incêndio em seus estúdios, a TV Excelsior encerrou suas atividades em 1971.

A TV Bandeirantes, hoje conhecida apenas por Band, foi inaugurada em 1967 e fez as primeiras transmissões a cores no país, em 1971. Apesar de ter sido criada com inclinação jornalística e ter como marca a programação esportiva, também foi responsável por alguns títulos de peso na ficção seriada, como, por exemplo, *Os Imigrantes* (1981-1982), *A Idade da*

³ A Rede Globo possuía um programa vespertino chamado *Video Show*, que falava sobre a programação da emissora, com entrevista com atores, diretores e autores e diversos quadros que promoviam a programação linear. Um desses quadros era “Por onde anda?”. Nessa reportagem, os apresentadores focavam em atores da Rede Globo - chamados de ‘globais’ - que há muito não trabalhavam em novelas, se aposentaram ou já haviam falecido. Esse quadro gerou uma espécie de dito popular no Brasil quando a Record começou a “roubar” atores globais para seu casting. Perguntava-se “Por onde anda Fulano?” e o dito popular respondia: “Ou morreu, ou foi para a Record”. Assim ficou conhecido o caminho de diversos atores globais que rescindiriam contrato com a Globo e foram trabalhar nas produções da Record.

⁴ Ver outras informações em:

<<https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/historia-hoje/tv-cultura-pode-transformar-castelo-ra-tim-bum-em-filme.phtml>> e <<https://www.instagram.com/expocasteloratimbum/>>. Acesso em 28 jun. 2023.

Loba (1995-1996) e o infantil *Meu Pé de Laranja Lima* (1980 e 1998). A Band também foi responsável pela produção de duas temporadas de uma série criada na TV Cultura: *Confissões de Adolescente*, cuja primeira temporada foi produzida e veiculada pela TV educativa em 1994, e as duas seguintes, pela Band, em 1995 e 1996. A obra recebeu uma indicação ao Emmy Internacional de melhor programa infanto-juvenil em 1995.

Em 1981 surge o SBT, Sistema Brasileiro de Televisão, do Grupo Silvio Santos. Apesar de ter se consolidado com a compra e dublagem de telenovelas mexicanas, também produziu algumas obras adultas ao longo de seus 41 anos de existência, como, por exemplo, *Éramos Seis* (1994) e *As Pupilas do Senhor Reitor* (1994-1995), além de regravações de títulos latinos como *Pérola Negra* (1998-1999). Outra participação importante do SBT para a teledramaturgia brasileira foi a exibição e gravação de novelas infantis. Em 1991, o SBT exibiu a versão original de *Carrossel*, uma novela mexicana produzida pela Televisa. Anos mais tarde, em 2012, estreava a versão brasileira, produzida pela emissora. Com a infantil *Chiquititas* foi um pouco diferente. A primeira versão de 1997 foi co-produzida com a emissora argentina Telefe. Uma segunda versão foi gravada inteiramente no Brasil e exibida em 2013. Outro conteúdo importante foi o infanto-juvenil *Rebelde*, produzido pela Univisión, no México e exibida pelo SBT em 2004 (HERGESEL, 2019).

A TV Manchete estreou em 1983. Seu maior expoente de produção seriada foi *Pantanal*, exibida em 1990. A telenovela trouxe uma aposta no nu feminino e em paisagens pouco conhecidas do público brasileiro, acostumado aos cenários urbanos do sudeste. “*Pantanal* revoluciona a TV brasileira, ultrapassando a marca de 30 pontos no Ibope. Recheada de cenas turísticas, ecológicas e sensuais, seus capítulos conquistam os telespectadores e a rede fatura, nesse ano, mais de US\$120 milhões” (MATTOS, 2010, p. 229). A telenovela voltou a fazer sucesso em 2022, quando a TV Globo regravou a história, repaginando a narrativa com algumas discussões mais atuais como a homofobia, por exemplo⁵. A TV Manchete, após várias crises, foi vendida para um profissional de telemarketing em maio de 1999, sendo substituída pela marca Rede TV!, que não mais produziu telenovelas.

A Rede Globo de Televisão nasceu em 1965 como um braço das Organizações Globo. Roberto Marinho, herdeiro do jornal impresso O Globo, investiu na ampliação do negócio

⁵ Ver detalhes sobre a modernização da trama de *Pantanal* em:

<<https://www.uol.com.br/splash/amp-stories/pantanal-antes-e-depois-diferencas-entre-as-versoes-de-1990-e-2022/>> e <<https://contigo.uol.com.br/noticias/exclusivas/autor-atualiza-pantanal-de-tempo-drastica-e-autor-explica-fundamental.phtml>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

para um conglomerado de mídia que incluía também a expansão para o rádio. Naquele mesmo ano de 1965, a Globo lançava sua primeira telenovela: *O Ébrio*. A obra estreou no dia oito de novembro com uma história de amor, perda, vício e redenção. O papel principal foi interpretado por Ricardo Nóvoa, que, à época, já era bastante conhecido pela audiência brasileira por seus inúmeros papéis em radionovelas e na TV Paulista. A proximidade com o regime golpista militar permitiu que, apesar das censuras sofridas em sua programação, a emissora se consolidasse no mercado.

Essa consolidação foi confirmada pelos números significativos de audiência da emissora. Nesse caminho, a programação estabelecida pela TV Globo se configurou como uma estrutura clássica do horário nobre no canal mais assistido do país. As telenovelas “começaram a ocupar de maneira consistente a posição de programa mais assistido, conforme os índices do Ibope (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística), posição que, 30 anos depois, o gênero ainda mantém” (HAMBURGER, 2000, p. 26). O horário mais valioso comercialmente para a Rede Globo comporta, até hoje, três telenovelas, um telejornal de alcance nacional e um telejornal regional.

A emissora também exhibe ficção seriada em outros horários. Por 27 anos, o horário das cinco horas da tarde foi dedicado à novela *Malhação* (1995-2020), voltada ao público jovem. No período vespertino, a sessão *Vale a Pena Ver de Novo* traz reprises de novelas bem sucedidas desde 1980. Outro horário que também é ocupado por novelas, séries e minisséries é o das 22 horas, que ao longo dos anos deu lugar a obras cujos “assuntos eram tratados de forma mais polêmica e ousada” (SACRAMENTO, 2012, p. 279). Em breve o horário será ocupado por *Todas as Flores* (2022-2023), exibida primeiramente no portal Globoplay.

Essa configuração enfatiza a inclinação da emissora para conteúdos ficcionais, baseados no formato seriado. Mais do que isso, “a telenovela conquistou reconhecimento público como produto estético e cultural, convertendo-se em figura central da cultura e da identidade do país” (LOPES, 2009, p. 22). O formato é utilizado pela emissora de diversas formas para levantar a audiência e solucionar problemas. Durante a pandemia de Covid-19, quando a Rede Globo teve que pausar suas produções, o horário nobre foi preenchido por reprises de sucessos anteriores como *Império* (2014), *A Vida da Gente* (2011) e *A Força do Querer* (2017). Durante as tardes, duas telenovelas têm sido re-apresentadas, uma delas com a marca de “edição especial”.

Porém, nem só de emissoras abertas se faz o cenário ficcional brasileiro. Grandes produções ganharam repercussão em canais fechados, tais como a série infantil *Detetives do Prédio Azul - D.P.A.* (2012-atual), com 17 temporadas até hoje. Com primeira exibição pelo

canal fechado Globo, do Grupo Globo, a marca gerou uma franquia com diversos produtos, dentre eles bonecos, livros, desenho animado, filmes e experiências. Outra série que teve bons resultados de audiência foi a obra de Tony Bellotto, *Mandrake*, no ar na HBO Brasil entre 2005 e 2007. Na HBO Brasil também foram ao ar *Psi* (2014-2019), *Magnífica 70* (2015-2018) e *O Negócio* (2013-2018), sendo este último o seriado brasileiro de maior sucesso da história do canal. O Canal Multishow, ligado ao Grupo Globo, também exibiu diversas séries, dentre elas *Vai que cola!* (2013-atual). *9mm São Paulo* teve duas temporadas e foi exibida pela Fox América Latina em 2008 e 2009. *Santo Forte*, da AXN Brasil, foi ao ar em 2015.

Cabe então uma nota sobre a distribuição de conteúdo audiovisual no país antes das possibilidades da distribuição via portais de *streaming*. A Rede Globo foi a primeira a exportar uma produção seriada no país. Em 1970, o grupo vendeu a história de *Véu de Noiva* (1969) para televisões estrangeiras. Uma delas, a Televisa, realizou uma versão em 1971. Depois disso, centenas de produtos da Globo foram exportados para países da América Latina, Portugal e, mais recentemente, a Turquia.

As negociações de produtos prontos eram feitas entre produtores e distribuidores ou canais de TV. Algumas vezes com auxílio de empresas intermediárias, especializadas nos negócios de televisão e cinema. Outra vezes, as partes negociantes encontravam-se em feiras de negócios ao redor do mundo. Um dos mais famosos eventos desse ramo é o MIPCOM que acontece anualmente em Cannes, na França. É uma ocasião em que as empresas de mídia e entretenimento de todo o mundo se reúnem para negociar conteúdos de TV e filmes, além de apresentar novos projetos e tendências. Uma questão forte nesses espaços é a autoria dos conteúdos. Leis internacionais de direitos autorais regem essas negociações de modo a, inclusive, encarecer os produtos em mercados além-fronteiras. Para cada mercado em que a obra é vendida, os detentores dos direitos da obra e de imagem são contemplados.

No Brasil, há três feiras de negócios audiovisuais que se destacam: Expocine, em São Paulo, Rio Creative Conference (Rio2C), no Rio de Janeiro, e MAX Audiovisual, em Minas Gerais. A Rio2C é a mais importante da América Latina. Nessas feiras também há rodadas de negócio e *pitchings*, em que também são negociadas histórias que ainda não foram produzidas, na tentativa de conseguir apadrinhamento por algum canal. Com esse “aceite”, os produtores podem, então, solicitar incentivo do governo federal para a produção ou, ainda, procurar patrocinadores entre empresas brasileiras que financiam os projetos com intuito de abater impostos a pagar.

Essa dinâmica de negociação também sofre impacto quando uma mesma empresa é produtora, exibidora e distribuidora de conteúdo. Vamos explorar essas questões com mais

vagar no capítulo dois. Por enquanto, vale ressaltar que a distribuição era feita por vários atores e intermediários, além de trazer questões de autoria que, mais tarde, estarão no centro das atenções dos contadores de história no mundo inteiro.

E as histórias contadas aqui, em terras tupiniquins, trazem muito do funcionamento do mercado atreladas aos seus enredos e modos de contar. Exploramos esses aspectos na próxima sessão.

1.2 *STORYTELLING LOCAL*

Nesse subcapítulo não pretendemos esgotar as características das produções audiovisuais no Brasil. Tal tarefa seria impossível devido à falta de espaço e pesquisa adequada para esse fim. Buscamos apenas discutir os principais modos de contar acessados pela maioria dos brasileiros ao longo das sete décadas de existência da televisão brasileira. Isto é, nosso esforço será em apontar traços comuns a produções televisivas do setor de TV aberta. Em específico, também em virtude do recorte do *corpus* dessa pesquisa, focamos na produção de telenovelas da TV Globo, visto que conforma a maior linha de produção do país e comporta o maior número de pesquisas e investigações acadêmicas sobre o tema.

Algo que proliferou como característica marcante das telenovelas da Globo é o estilo atribuído aos autores. A marca autoral é traço marcante das obras e abriu espaço para a consagração de profissionais que atravessaram gerações. Estabelecida em virtude de sucessos de audiência, a marca autoral conforma um panorama em que se atribui certas características e expectativas de estilo do produto, mas, também, extrapola a obra:

a garantia de marcas autorais, nesse contexto industrial, demonstra um poder expressivo dos realizadores de negociarem com pressões econômicas, políticas e ideológicas que tendem a exigir maior cumprimento da fórmula de sucesso e menores riscos econômicos e margens de experiências criativas e inovadores (SOUZA, 2002, p. 54).

Ou seja, autores consagrados possuem mais liberdade de experimentar na linguagem audiovisual e trazer inovações para seus produtos. Sua credibilidade junto à emissora e ao público permite que eles enfrentem tensões extra diegéticas com maior empoderamento, exercendo influência na instituição em que trabalham e no mercado como um todo. Em outras palavras, a consagração autoral gera poder.

Além da valorização do autor, há outras características muito marcantes na telenovela brasileira. A escritora e pesquisadora Maria Immacolata Vassalo Lopes (2009) estabelece três

fases de evolução do produto: sentimental, realista e naturalista. Essas categorias se diferem pela maneira de contar e pela temática e assuntos discutidos nas histórias.

As primeiras telenovelas foram consideradas sentimentais por mostrar dramalhões feitos para fazer chorar, com figurinos pomposos e distante do social e da política. As realistas traziam dramas contemporâneos, a vida nas grandes cidades e as questões vividas por pessoas comuns e, segundo Lopes (2009), teve sua estreia a partir de *Beto Rockefeller* (Tupi, 1968):

As convenções que passaram a ser adotadas daí em diante baseiam-se em que cada novela deveria trazer uma “novidade”, um assunto que a diferenciase de suas antecessoras e fosse capaz de “provocar” o interesse, o comentário, o debate de telespectadores e de outras mídias, o consumo de produtos a ela relacionados, como livros, discos, roupas, etc. Essa ênfase na representação de uma contemporaneidade sucessivamente atualizada é visível na moda, nas tecnologias, nas referências a acontecimentos correntes. Mas é visível também e, especificamente, na evolução no modo como o amor, o romance, a sexualidade e a relação homem-mulher passou a ser representada nas novelas dos anos 1970 em diante (LOPES, 2009, p. 25)

A autora enfatiza que, já desde a década de 70, havia uma extrapolação do conteúdo da telenovela para o cotidiano, expressado nas conversas e hábitos dos brasileiros. De forma inversa, a própria maneira de sentir e expressar amor foi representada em tela de maneira conciliadora com o que se passava na sociedade. Uma das inovações mais marcantes em termos estéticos em *Beto Rockefeller* foi a adoção de diálogos rápidos e a linguagem coloquial. Isso afastava a atuação da dramaturgia de marcações rígidas e expressões exageradas do teatro (BRANDÃO, 2007).

Influenciada pelo sucesso de *Beto Rockefeller* na TV Tupi, a Rede Globo demitiu Gloria Magadan, autora cubana que comandava as produções da emissora e trazia para a telinha históricas clássicas, de reinos distantes, castelos e calabouços. Com a saída de Magadan em 1969, novos cenários começaram a surgir, como a paisagem exuberante do Rio de Janeiro em *Véu de Noiva* (1969). Essa obra foi a primeira a apresentar diversos núcleos de ações dramáticas, algo que também se firmou como uma marca das produções da Globo. A telenovela, de Janete Clair, deu início a uma nova fase da emissora, que acompanhava os anseios da sociedade brasileira no início da década de 1970 (XEXÉO, 2005).

A partir da década de 1990 até os dias atuais, as novelas naturalistas se firmaram como padrão principal das produções da TV Globo. O novo estilo abarcava questões sociais de forma mais aberta e abrangente, que perpassam diversos núcleos de personagens. Lopes (2009) argumenta que essas obras foram capazes de gerar discussões políticas e sociais e alterar leis e estatutos que beneficiaram a sociedade brasileira. Com esse percurso histórico e

cultural em análise, a pesquisadora ainda afirma que as telenovelas brasileiras possuem um perfil de contar ‘relatos da nação’ de forma bastante particular.

[É] necessário reconhecer que [a telenovela] possui uma penetração intensa na sociedade brasileira devido à sua peculiar capacidade de criar e de alimentar um “repertório comum”, por meio do qual pessoas de classes sociais, gerações, sexo, raça e regiões diferentes se posicionam e se reconhecem umas às outras. Longe de promover interpretações consensuais, mas antes, produzir lutas pela interpretação de sentidos, esse repertório compartilhado está na base das representações de uma “comunidade nacional imaginada” que a televisão, mais do que qualquer outro meio, consegue captar, expressar e atualizar permanentemente (LOPES, 2009, p. 22-23).

A autora argumenta que existe a formação de um “novo espaço público”, capaz de libertar o discurso do monopólio de intelectuais, políticos e governantes e abri-lo ao cidadão comum. Com isso, esse brasileiro comum se empodera e se relaciona com a televisão também de modo peculiar, se apropriando do conteúdo e fazendo dele diferentes usos (MARTÍN-BARBERO, 2015).

Compreender as produções ficcionais no Brasil também requer ampliar o espectro analítico para a América Latina. As produções dramáticas latinas são fortemente embasadas no melodrama, entendida enquanto matriz cultural que atravessa as questões políticas e culturais do continente. Herlinghaus (2002), ao analisar a cultura latino-americana, observou a existência de uma “imaginação melodramática”. O autor atribui essa matriz simbólico-social ao vazio deixado na organização da vida cotidiana pelos processos de colonização e mercantilização do território:

A destituição da religião pela revolução burguesa havia deixado um enorme vazio, não tanto em termos ideológico-doutrinários, mas antes de tudo nos critérios de organização da existência cotidiana. Em vista do caráter heterogêneo do processo de secularização na América Latina, abre-se aí uma pista de historização que se estende até o presente (HERLINGHAUS, 2002, p. 26, tradução nossa⁶).

Enquanto gênero, o melodrama possibilitou um relato do cotidiano que trouxe proximidade cultural (STRAUBHAAR, 2007) com o que estava em tela. “É como se estivesse [no melodrama] o modo de expressão mais aberto ao modo de viver e sentir de nossa gente” (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 305). O gênero efetua duas operações sistemáticas: a esquematização e a polarização. Nesse sentido, estabelece-se um esquema de personagens a partir dos estereótipos do Traidor, do Justiceiro, da Vítima e do Bobo. Tal montagem esvazia de profundidade desses personagens que se cruzam de forma polarizada para cumprir histórias

⁶ Do original: “la destitución de la religión por la revolución burguesa había dejado un enorme vacío, no tanto en términos ideológico-doctrinarios, sino ante todo en los criterios de organización de la existencia cotidiana. En vista del carácter heterogéneo del proceso de secularización en América Latina, se nos abre ahí una pista de historización que se extiende hasta el presente”.

de ação, epopeia, tragédia e comédia. A partir daí, marcações de distanciamento são definidas entre o bem e o mal, arcaico e moderno, homem e mulher, entre outros, em que o exagero e a sentimentalização são estéticas recorrentes (MARTÍN-BARBERO, 1992). As convenções do gênero dominaram o modo de construção das produções locais, e esse modo de contar ocupou espaço de reconhecimento, uma espécie de revelador e lugar da verdade cultural do continente: a mestiçagem (MARTÍN-BARBERO, 2015).

Assim, abraçando o melodrama como categoria maior, Lopes resume o perfil das telenovelas brasileiras

As tramas das novelas são em geral movidas por oposições entre homens e mulheres; entre gerações; entre classes sociais; entre localidades rurais e urbanas, “arcaicas” e “modernas”, representadas como tendências intrínsecas, simultâneas e ambivalentes da contemporaneidade brasileira. Outros recursos dramáticos como falsas identidades, trocas de filhos, pais desconhecidos, heranças inesperadas e ascensão social através do amor estão presentes de maneira recorrente e convivem em harmonia com as referências a temáticas e repertórios contemporâneos à época em que vão ao ar (LOPES, 2009, p. 26)

Somam-se a isso outras características essenciais atribuídas a essas tramas, que se assemelham ao melodrama clássico, tais como apresentar como linha principal de ação a busca pelo amor romântico. Nas produções brasileiras também é comum haver vários núcleos de personagens, com histórias de menor visibilidade e tempo de tela, contadas paralelamente à trama principal. A necessidade de haver tramas secundárias é explicada também pela enorme quantidade de capítulos de uma telenovela, que gira em torno de 150 a 180. As obras vão ao ar de segunda a sábado, e, portanto, são exibidas durante sete meses aproximadamente.

Cannito (2009) chama a atenção para a linguagem essencialmente verbal utilizada na telenovela para explicar diversos fatores da recepção do produto. Nesse sentido, vale considerar que a incipiente tecnologia de transmissão e recepção de sinal analógico fez com que muitas famílias não recebessem as imagens de forma adequada em seus aparelhos de televisão, algo que não era experimentado apenas no Brasil. Ainda acostumados com a recepção radiofônica, o telespectador dedicava ao veículo uma atenção dispersa:

A atenção dos telespectadores é naturalmente menos concentrada que a do espectador cinematográfico e do usuário de internet. Há espectadores que assistem à televisão ao mesmo tempo em que cozinham ou fazem outras atividades caseiras. Outros tomam os programas como catalisadores de conversas e discussões em família (CANNITO, 2009, p. 16).

Esses aspectos foram observados em inúmeras obras ao longo dos quase 70 anos de história da teledramaturgia brasileira. A repetição de estilos e formatos configura também uma característica importante das produções seriadas televisivas no Brasil. Seguindo a ideia de

Martín-Barbero (2017) e Mauro Wolf (1984) na concepção de gênero, é como se houvesse um palimpsesto em constante reuso. Um pergaminho em que as histórias são escritas e, a cada novo título, apagam-se as linhas anteriores para o desenvolvimento de novas tramas. No entanto, a sombra de histórias anteriores permanece, formando um emaranhado de enredos que, de certa forma, se repetem.

Assim, o estilo dessas produções também se conforma na repetição de padrões. Segundo Wolf (1984), existe nos gêneros televisivos latino-americanos uma organização de informações que cria e institucionaliza certo automatismo entre:

a) expectativas do público, b) forma expressiva do programa (que em qualquer caso deve ter tais expectativas, tanto no que diz respeito à observância e violação dos aspectos canônicos do gênero), c) conteúdos no programa, d) corresponsabilidade do público, e) posterior processo de decodificação e, finalmente, f) efeitos determinados pelo próprio programa (WOLF, 1984, p. 192, tradução nossa⁷).

Ou seja, nessa repetição de padrões, é como se o público fosse sendo, ao longo do tempo, preparado para receber aquele conteúdo. Esse mesmo público adquire, então, o hábito de receber essas tramas com essa forma de contar, ele se acostuma com essa maneira de receber informações na tela.

Além desse aspecto de formação de público para o formato, é típico das tramas televisivas os recursos de redundância e recapitulação. Kristin Thompson (2003) ao escrever sobre a forma de contar histórias na TV explicou que a exposição de fatos e a redundância devem funcionar para fornecer aos novos espectadores informações narrativas já estabelecidas:

Dada a natureza da visualização da televisão, é muito provável que novos telespectadores estejam sintonizando a qualquer momento, entre e durante os programas. Todos, exceto o espectador mais dedicado, provavelmente perderão um episódio ocasional de um programa favorito. Assim, mesmo alguém familiarizado com os personagens centrais, o cenário e as premissas precisará ser situado na trama ocasionalmente. Outros espectadores podem conhecer o programa, mas começar a assistir no meio de um episódio. Outros ainda não estão familiarizados com o programa, mas sintonizam e, achando-o atraente, começam a assistir a um episódio. Assim, um roteirista de teledramaturgia deve presumir que a qualquer momento alguém pode precisar de informações sobre eventos passados, enquanto outros já estão totalmente familiarizados com o programa (THOMPSON, 2003, p. 63-64, tradução nossa⁸).

⁷ Do original: “a) expectativas del público, b) forma expresiva del programa (que debe en todo caso contar con tales expectativas, tanto por lo que respecta a la observancia como a la infracción de los aspectos canónicos del género), c) contenidos en el programa, d) corresponsabilización del público, e) consiguiente proceso de decodificación y, finalmente, f) efectos determinados por el mismo programa”.

⁸ Do original: “Given the nature of television viewing, it is highly likely that new viewers will be tuning in at any given moment, both between and during programs. All but the most dedicated viewer is likely to miss an occasional episode of a favorite show. Thus even someone familiar with the central characters, setting, and

Cabe ressaltar que dispor as informações ao longo da narrativa para re-explicar a trama a todo momento é uma marca bastante forte das produções televisivas. Redundar uma trama é intrínseco à telenovela, cuja característica primordial é configurada pela serialidade continuada e sequenciada. Nesse formato, é importante que se consuma os capítulos em sua sequência linear, pois o formato é herdeiro dos folhetins do século XIX. Isso é observado na teledramaturgia brasileira com bastante frequência, especialmente nas novelas da Rede Globo.

Vale destacar também que as telenovelas da Globo não são obras acabadas quando estreiam. A trama se desenvolve enquanto a obra está no ar de maneira que, conforme resposta da audiência e anunciantes, o enredo pode ser modificado. Um exemplo disso foi a novela *A Regra do Jogo* (2015-2016). Na história havia uma facção criminosa cujo chefe era desconhecido do público. Havia indícios de que se tratava de Adisabeba, personagem de Susana Vieira, uma espécie de matriarca de uma favela do Rio de Janeiro. No entanto, há rumores de que, após pesquisas de audiência, constatou-se que o público acharia clichê uma personagem da favela ser uma criminosa e, então, Gibson, um rico empresário vivido por José de Abreu, é revelado como o grande vilão. O fim da trama contraria o próprio teaser da novela, exibido antes da estreia e que trazia Adisabeba do outro lado do tabuleiro, vestida de preto como os demais personagens “maus” da história. Ela é mostrada frente a frente com a personagem “boa”, Djanira⁹.

Nossa escolha por utilizar as tramas da TV Globo como paradigma para examinar as produções originais do *streaming* seguem, além do volume de produções e estudos, o posicionamento mercadológico da emissora em um conglomerado de mídia. A ascensão de grandes conglomerados de mídia na América Latina estabelece no continente um modelo de dominação em que coexistem poucas emissoras na disputa por um grande público (CAPELLO, 2016). A Rede Globo de Televisão é, ao mesmo tempo, produtora, distribuidora e exibidora de conteúdo. O capital financeiro e cultural acumulado permitiu que a organização se edificasse como contadora de histórias e estabelecesse relações de fidelidade com a audiência, conformando também o público para seus produtos, familiarizando-o para seu

premises will need occasional filling-in. Other viewers may know the show but begin watching partway through an episode. Still others are completely unfamiliar with the program but tune in and, finding it appealing, begin to watch an episode. Thus a teleplay writer must assume that at any time someone might need information on past events, while others are thoroughly familiar with the show already”.

⁹ Para ver detalhes sobre o teaser em contraponto com a trama que se viu em tela, acesse:

<<http://zamenza.blogspot.com/2015/11/as-teorias-sobre-o-enigmatico-teaser-de.html>>. Acesso em: 28 jun. 2023. Para assistir ao teaser completo, clique em: <<https://www.youtube.com/watch?v=mHomxChIpZY>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

estilo, seus modos de fazer e contar. Até que, no início da década de 2010, o mercado de distribuição de produtos audiovisuais mudou.

Antes de investigar essas mudanças, nos cabe entender com mais detalhes o mercado audiovisual local. Como são financiadas as produções que assistimos na tela da TV? Quem paga essa conta? Nosso intuito é demonstrar quais os impactos trazidos pela inserção de novos *players* na indústria local, que reconfigura, de certa maneira, o modo anterior de custeio das obras.

1.3 QUEM PAGA A CONTA?

Os canais abertos contam com financiamento próprio para suas produções, baseado principalmente em sua receita de anúncios ao longo da programação, *merchandising* e patrocínios específicos. Os canais a cabo representam uma janela diferente de exibição de audiovisual de ficção e contam com outra lógica de financiamento de produções. Além das receitas provenientes da venda de espaço comercial e daquelas das assinaturas de TV a cabo e via satélite, os canais ainda contam com o Fundo Setorial do Audiovisual, FSA, comandado pela Agência Nacional de Cinema, a Ancine, órgão federal com função reguladora e fomentadora.

Com o FSA, criado em 2006, uma empresa independente de produção acessa uma verba do governo federal para realizar uma obra e depois precisa prestar contas desse valor. Posteriormente, essa obra é vendida a um canal a cabo e o valor é ressarcido aos cofres públicos. Há também a possibilidade do FSA passar a ser sócio dessa produção, compartilhando os lucros de comercialização do produto em suas diversas formas.

No entanto, para acessar essa verba, a produtora precisa atingir certos requisitos concomitantemente. Assim diz a lei sobre esses critérios para uma Produtora Brasileira Independente:

- a) não ser controladora, controlada ou coligada a programadoras, empacotadoras, distribuidoras ou concessionárias de serviço de radiodifusão de sons e imagens;
- b) não estar vinculada a instrumento que, direta ou indiretamente, confira ou objetive conferir a sócios minoritários, quando estes forem programadoras, empacotadoras, distribuidoras ou concessionárias de serviços de radiodifusão de sons e imagens, direito de veto comercial ou qualquer tipo de interferência comercial sobre os conteúdos produzidos;
- c) não manter vínculo de exclusividade que a impeça de produzir ou comercializar para terceiros os conteúdos audiovisuais por ela produzidos (BRASIL, 2011)

As TVs abertas também podem utilizar o FSA, no entanto, como é preciso independência comercial entre a produtora e o canal exibidor, muitas vezes a emissora aberta opta por não contratar títulos que tenham o FSA como financiador. Isso porque possuem estrutura de produção e grande volume de anunciantes. O que geralmente ocorre é a elaboração de produções próprias dos canais com parceria ou não de produtoras independentes, mas sem que o FSA seja acionado. Na maioria das vezes, o canal está interessado em elaborar programas que estejam em conformidade com sua audiência em obras escritas enquanto estão no ar. Sendo assim, como já dissemos, a trama pode seguir caminhos que mais agradam a sua audiência e, por consequência, os anunciantes.

Outro fator para acesso ao FSA é a exigência da apresentação de um pré-licenciamento por canais ou programadoras de TV. Dessa forma, não basta que uma produtora tenha um projeto audiovisual que queira colocar em prática, é preciso que um canal tenha se interessado por esse conteúdo para que a verba seja liberada. A legislação pretende, com isso, garantir a exibição da produção. No entanto, a medida coloca o canal em posição de liberdade de curadoria sobre as propostas.

Na programação fechada, dos canais a cabo e via satélite, muitas emissoras são braços de conglomerados de mídia estrangeiros, como a HBO Brasil, Warner Channel, Universal Channel, entre outros. Por se utilizarem da estrutura de telecomunicação do país, o chamado acesso condicionado, sua atuação é regida por lei específica, a Lei da TV Paga, como ficou conhecida a legislação brasileira de número 12.485, sancionada pela presidenta Dilma Rousseff em 2011. Com as regras impostas nessa legislação, o Brasil cria um marco na indústria audiovisual, diversificando programação e fomentando as produções nacionais que se utilizam do FSA.

A legislação de 2011 trouxe uma novidade em termos de diversidade da produção nacional, pois um dos princípios buscados é o da “promoção da diversidade cultural e das fontes de informação, produção e programação” (BRASIL, 2011). Essa medida estabelece que 30% dos recursos do FSA estão destinados a produtoras sediadas nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste do país. A regra inclui cláusulas para que profissionais envolvidos e locações também sejam contratados nessas localidades. Somam-se a isso as regras da Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, aprovada pelo Decreto Legislativo n.º 485, de 20 de dezembro de 2006.

A Lei da TV Paga também impôs regras de protecionismo da produção nacional, impondo que os canais devem veicular no mínimo três horas e meia de conteúdo brasileiro

semanalmente em horário nobre. Metade desse tempo deve ser preenchido por produtos elaborados por produtoras independentes. A lei de 2011 ainda diz que, caso um canal decida financiar com recursos próprios algum conteúdo nacional, este não entra para a cota da exibição de produtos nacionais, pois os direitos autorais são do canal e não dos reais criadores da obra. Outro fator que contribui para garantir direito autoral aos profissionais brasileiros. Além disso,

[o]bservou-se uma ampliação do poder normativo da Ancine, em face dos agentes da TV paga, especialmente programadores e empacotadores; novas obrigações foram criadas aos regulados, como a necessidade de credenciamento junto à agência, além da manutenção da relação de sócios da empresa, com vistas às verificações necessárias quanto à nacionalidade de produtoras, programadoras, empacotadoras etc (MARTINS, 2013, p. 171).

Martins chama a atenção para as restrições contra a verticalização do setor. Foram impostos limites para que uma mesma empresa controle produção, programação, empacotamento e distribuição de conteúdo audiovisual. No entanto, já que regula o acesso condicionado, os serviços de *streaming* não estão incluídos, seguindo sem regulamentação pelo Estado brasileiro até a presente data. Lembrando que as TVs a cabo são oneradas com ICMS, Fust, Funttel e Condecine, enquanto serviços online pagam apenas ISS.

Voltemos, então, à pergunta levantada no título deste subcapítulo: quem paga a conta? O FSA é mantido prioritariamente com a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional, a Condecine. Essa contribuição é arrecadada a partir da veiculação, produção, licenciamento e distribuição de obras audiovisuais com fins comerciais. Também é recolhida uma taxa que incide sobre “o pagamento, o crédito, o emprego, a remessa ou a entrega, aos produtores, distribuidores ou intermediários no exterior, de importâncias relativas a rendimento decorrente da exploração de obras cinematográficas e videofonográficas ou por sua aquisição ou importação, a preço fixo” (ANCINE, 2014). Em outras palavras, toda movimentação ou criação de conteúdo audiovisual em território nacional para fins comerciais contribui para o fomento de conteúdo independente.

A legislação de 2011 foi comemorada pelo setor por representar avanços na diversidade de fomento pelo governo federal, mas há controvérsias. Barroso e Capdeville (2020) argumentam que historicamente as políticas públicas para o audiovisual no Brasil enfrentam pressões dos grandes conglomerados de mídia, o que prejudica a sustentabilidade da produção independente. A produção independente estaria, então, fadada à restrição de público e ao controle financeiro do governo ou mesmo dos grandes canais de mídia.

Nesse contexto, com a chegada de serviços de *streaming* ao mercado nacional, havia a expectativa de que os novos *players* trouxessem uma nova janela de escoamento e financiamento das produções independentes. Porém, por não se enquadrarem na legislação vigente, perder-se-ia a garantia de inserção de conteúdo nacional nesses portais. Mesmo assim, como argumenta a roteirista Luiza Conde em entrevista concedida ao portal UOL em julho de 2021 (ZANETTI, 2021), os SVODs representaram um alento para os profissionais do audiovisual no Brasil que passaram por um apagão da cultura causado pela pandemia de Covid-19 e por um período de negligência da gestão 2019-2022 da presidência brasileira:

Com o desmantelamento do fomento público ao audiovisual promovido pelo governo federal, os streamings surgem quase como uma tábua de salvação. Eu diria que o Brasil entrou na era dos streamings, em primeiro lugar, por necessidade. Hoje, as maiores produtoras olham para os streamings como primeira janela, porque são esses os players capazes de arcar com o desenvolvimento das obras sem, ou com pouco dinheiro público (Luiza Conde em ZANETTI, 2021).

De toda maneira, ainda que os recursos tivessem sido distribuídos de forma adequada pela gestão 2019-2022, o Brasil tem registradas, segundo a Ancine, cerca de sete mil produtoras independentes, o que gera uma concorrência severa por tais recursos. De acordo com último relatório de gestão do Fundo¹⁰, entre 2006 e 2021, o FSA investiu 2,86 bilhões de reais em 4.086 projetos audiovisuais, seja de TV ou cinema. Esse montante equivale a cerca de 700 mil reais por projeto. Para quem está acostumado com os números da indústria cinematográfica, esse valor soa irrisório. A Associação Brasileira de Produção de Obras Audiovisuais, APRO, realizou em 2016 um estudo em parceria com o Sebrae e estimou que um episódio de uma série de ficção produzida no Brasil custa cerca de 200 mil reais¹¹.

Ao analisar a regulamentação e o incentivo à produção audiovisual no Brasil, deparamo-nos com um cenário de escassas oportunidades. As emissoras de TV aberta, especialmente a Rede Globo, têm seus autores consagrados, o que limita a diversidade de conteúdo produzido, assim como a equipe de escrita e produção. Já as emissoras de TV a cabo têm uma relação tênue com o mercado independente, resultando em poucos projetos financiados pelo setor público. Com a entrada dos serviços de *streaming* no mercado nacional, surge um dilema. Por não estarem submetidos a regulamentações que estimulem a indústria local, eles não necessitam guardar porcentagem de produção local em seus catálogos,

¹⁰ Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/fsa/resultados/Relatorio_Gestao_FSA_2021_V7.pdf>. Acesso em 28 jun. 2023.

¹¹ O estudo está disponível no site do Sebrae no endereço: <<https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Arquivos/Mapeamento%20e%20impacto%20econ%C3%B4mico%20do%20setor%20audiovisual%20no%20Brasil.pdf>>. Acesso em 28 jun. 2023.

prejudicando a indústria local. Porém, se eles são abarcados pela legislação de 2011, é possível que os preços das assinaturas aumentem ou os catálogos sejam reduzidos, prejudicando o consumidor final e também a produção de conteúdo. Enquanto não são regulamentados, se estabeleceram em uma posição confortável por pagarem menos impostos, poderem verticalizar o conteúdo (como faz a Globoplay, por exemplo), entre outras vantagens comerciais.

Esse é o cenário industrial que se apresentava em 2016, quando Netflix lança a primeira série comissionada em território nacional. No subcapítulo a seguir exploramos questões de mercado impactadas com a chegada do portal no Brasil.

1.4 A CHEGADA DE NETFLIX NO BRASIL

Netflix provocou algumas rupturas nos modos de produzir, distribuir e consumir produtos audiovisuais que já foram catalogadas e paulatinamente estudadas por diversos pesquisadores (JENNER, 2018; LOBATO, 2019; LOTZ, 2021; MCDONALD, SMITH-ROWSEY, 2016). Essas rupturas chegaram a ser nomeadas de “Efeito Netflix” ou “paradigma Netflix” (BUONNANO, 2019), o que, por um certo período, balizou a empreitada de outras empresas em diversos países que entraram para o ramo do *streaming* posteriormente. Nessa seção vamos explorar as mudanças de mercado provocadas pela Netflix em solo brasileiro para podermos estudar, através da nossa análise, se houve alterações também na forma de contar e produzir.

Em 2011 a Netflix lançou seu serviço de SVOD em toda a América Latina. Como uma expansão natural entre as Américas, a empresa viu uma possibilidade comercial interessante no Brasil. À época, o Brasil era comandado pela presidenta Dilma Rousseff, num terceiro mandato consecutivo do Partido dos Trabalhadores, mais voltado às necessidades sociais da população brasileira. O país apresentava crescimento no poder aquisitivo da classe média, com vistas à expansão da cobertura de internet por banda larga, além da demanda perene por conteúdos produzidos em Hollywood. Com preços relativamente acessíveis, os executivos apostavam na diminuição da pirataria para que a Netflix pudesse decolar como um ‘foguetete’ no país (GALLAS, 2015). No portal era possível, de forma inédita no território nacional, escolher o conteúdo que se queria assistir, em horário mais conveniente e todos os episódios da temporada de uma série eram lançados ao mesmo tempo. Começava aí o desprendimento da televisão com hora marcada (MITTELL, 2015), o divórcio entre os portais e o modelo de

fluxo televisivo (LOTZ, 2017).

A Netflix também trouxe com ela o modelo de assinatura, que significava independência dos anúncios comerciais e, portanto, outra relação de assistência a conteúdos. O fluxo televisivo (WILLIAMS, 2016) é substituído pelo encorajamento da maratona (SACCOMORI, 2016). Em outro momento (COUTINHO, ARANTES, 2019), escrevemos que existe na proposta da empresa uma facilidade de escolha do conteúdo, o que, sem o incômodo dos comerciais, estimula o *binge watching*. O termo em inglês se refere ao hábito de maratonar, ou seja, assistir a vários episódios de uma só vez. Algo que, até então, não era comum entre os fãs da televisão brasileira.

É evidente que o hábito de assistir a vários conteúdos audiovisuais não nasceu com a plataforma, visto que já era prática comum desde a possibilidade de aluguel de filmes e box de séries em locadoras. No entanto, o próprio posicionamento de marca do portal incentivava a prática como se um dogma a ser seguido pelos assinantes (ARANTES, 2021). O modelo e a atuação do portal será explicado mais adiante nessa tese, o que importa agora é pontuar que mesmo antes de começar a produzir localmente, a Netflix já causou incômodo e rupturas na indústria nacional.

Tanto que, quatro anos depois, em 2015, as organizações Globo lançaram seu próprio serviço de vídeo sob demanda, a Globoplay. Inicialmente, o portal trazia gratuitamente trechos de novelas, séries e minisséries e programas jornalísticos. O assinante tinha acesso à íntegra de novelas, séries, programas de humor, câmeras exclusivas do *reality show Big Brother Brasil* e ao acervo de programas jornalísticos e teledramatúrgicos. Para algumas regiões do país também estava disponível a programação ao vivo da TV Globo. Na ocasião de lançamento, o diretor de Mídias Digitais, Erick Brêtas, anunciou que todo o conteúdo da TV Globo estaria disponível na plataforma e que não haveria conteúdo em língua estrangeira¹². No lançamento não se falava em produções originais Globoplay. O serviço de *streaming* nasceu como uma extensão da TV aberta, quase como um acervo “aberto”, disponível para os fãs da programação linear. O lançamento da primeira série original, *Além da Ilha*, estrelada pelo humorista Paulo Gustavo, só aconteceu em 2018, depois que a Netflix começou a produzir localmente.

No ano seguinte ao lançamento da Globoplay, em 2016, as histórias contadas pela televisão eram ainda as das novelas naturalistas, autores consagrados e relatos da nação. A

¹² Ver reportagem de lançamento do portal no G1, disponível em: <<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/10/globoplay-nova-plataforma-digital-de-videos-da-globo-e-lanca-do.html>>. Acesso em 28 jun. 2023.

Rede Globo exibia naquele ano a novela *Velho Chico* no horário mais nobre de sua programação. A trama melodramática do autor consagrado Benedito Ruy Barbosa trazia um duelo que atravessou gerações no nordeste brasileiro. Uma história de amor e ódio em torno do Rio São Francisco à moda Romeu e Julieta. Um relato sobre o sertão nordestino, a escassez de água e a política coronelista típica daquele lugar. No horário das 22 horas, a minissérie *Justiça* contava quatro histórias de injustiça e vingança. Uma experimentação de Manuela Dias em que cada dia da semana o episódio era protagonizado por um personagem diferente, em histórias simultâneas que se atravessavam. E é nessa configuração que Netflix lançou sua primeira obra comissionada com produtores brasileiros: a série *3%*.

Vale ressaltar que a Netflix representa um serviço que produz, distribui e exhibe conteúdo audiovisual e, portanto, abarca diversos elos da cadeia produtiva. No mercado norte-americano, essa integração vertical não era comum e chegou a ser proibida por um longo período. Nos Estados Unidos, então, a Netflix é disruptiva também nesse aspecto (LOTZ, 2017). No entanto, no Brasil, os conglomerados de mídia, encabeçados pelos seus canais de TV aberta, já trabalhavam em diversas frentes do mercado. Essa integração vertical não era, por assim dizer, novidade.

Para além das mudanças no mercado de distribuição de conteúdo audiovisual e nos modos de assistência, nossa investigação pretende averiguar se também existe ruptura nos modos de produzir e de contar. Para essa investigação faz-se necessário, então, compreender a distribuição digital, abordar os meandros da produção local e balizar os parâmetros para a análise da ficção seriada.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA: ENTENDENDO A GEOGRAFIA DO *STREAMING*

No capítulo anterior, abordamos os fatos que contribuíram para a estruturação da indústria da ficção seriada no Brasil. Apontamos fatores culturais, históricos, políticos e econômicos que levaram a Rede Globo a se configurar como o principal contador de histórias para a televisão no país. Detalhamos quais são as características do modo de contar foi consolidado pela emissora. Por fim, marcamos algumas práticas industriais rompidas com a chegada da Netflix em território nacional. Nesse capítulo, abordaremos questões específicas da indústria da mídia e do modo de contar histórias em tela que embasam teoricamente a

nossa investigação quanto ao *modus operandi* do SVOD nacional Globoplay em contraponto com a Netflix no Brasil.

Ao analisar as mediações em telenovelas latino-americanas, Martín-Barbero (1992, 2015) destaca a importância de compreender como os processos de produção e disseminação dos meios de comunicação estão intrinsecamente ligados às estruturas e dinâmicas sociais. Tomaremos emprestada a ideia do autor como plano cartográfico para mapear as obras do *streaming*, já que utilizamos como parâmetro as telenovelas da Rede Globo. Dessa forma, entendemos utilizar os mesmos critérios de investigação desses bens culturais.

As mediações das quais Martín-Barbero (1992, 2015) se refere não apenas refletem os interesses comerciais e industriais, mas também são moldadas pelos grupos sociais que as consomem. Assim, os modos de ver e interpretar a realidade são influenciados tanto pelas lógicas de mercado quanto pelas necessidades e valores dos diferentes grupos sociais. Portanto, a investigação das mediações proposta pelo autor busca examinar de forma aprofundada as complexas interações entre as forças comerciais, industriais e sociais que moldam a produção e o consumo dos meios de comunicação. Ao entender como essas construções se manifestam nas mediações, é possível captar as dinâmicas complexas que envolvem a interação entre interesses comerciais, influências culturais e necessidades sociais.

As mediações são, portanto, aquele “lugar” de onde é possível compreender a interação entre o espaço de produção e o de recepção: o que se produz na televisão não responde apenas às exigências do sistema industrial e dos estratégias comerciais, mas também às demandas que vêm do tecido cultural e das formas de ver (MARTÍN-BARBERO, 1992, p. 20, tradução nossa¹³).

A partir daí o autor explica que a televisão assume e, portanto, legitima, discursos hegemônicos. Então, para investigar as obras televisivas seria preciso indagar sobre: a) os modos de produção, b) os modos como ideologias estão presentes em tela e c) os modos de recepção desses conteúdos.

Ao olhar para a produção, o autor procura examinar detalhadamente as etapas envolvidas na criação e execução das telenovelas. Martín-Barbero considera tanto o aspecto econômico relacionado à sua produção e distribuição, quanto as dinâmicas institucionais e profissionais que moldam seu funcionamento no campo cultural. Isso implica analisar cuidadosamente como essas telenovelas são concebidas e trazidas à vida, considerando as

¹³ Do original: “Las mediaciones son pues ese ‘lugar’ desde donde es posible comprender la interacción entre el espacio de la producción y el de la recepción: lo que se produce en la televisión no responde únicamente a requerimientos del sistema industrial y a estrategias comerciales sino también a exigencias que vienen de la trama cultural y los modos de ver”.

complexas interações entre os fatores econômicos, as estruturas institucionais e as práticas profissionais que permeiam o universo dessas produções.

A compreensão dessas fases de conformação e realização das telenovelas requer um olhar atento para o contexto econômico, levando em conta as implicações financeiras e comerciais envolvidas na produção e distribuição desses programas. Além disso, é essencial analisar as dinâmicas institucionais que influenciam as decisões criativas e os processos de execução das telenovelas, bem como o papel dos profissionais envolvidos nesse processo. Isso inclui desde os roteiristas e diretores até os atores e equipes de produção, que contribuem para a concretização dessas narrativas televisivas.

A segunda fase de investigação compreende as ideologias em tela. O objetivo é compreender como as concepções presentes na sociedade são representadas e moldadas através das narrativas televisivas. A ideia é explorar como conceitos e valores tradicionais são reinterpretados e atualizados para se adequarem às demandas e expectativas da audiência contemporânea.

A investigação das ideologias em tela envolve compreender as estratégias utilizadas para transmitir as mensagens presentes nas produções televisivas. Procura-se identificar como as histórias são construídas e como os personagens, enredos e simbolismos são empregados para transmitir determinadas ideias e perspectivas. Além disso, é importante examinar como essas ideologias evoluem ao longo do tempo, refletindo mudanças sociais e culturais, e como os conteúdos modernizantes são incorporados às narrativas para atrair e engajar o público contemporâneo.

Para o autor, ao compreender a ideologia em tela, é possível analisar como as produções se posicionam em relação a questões sociais, políticas e culturais, influenciando e sendo influenciadas pelas transformações ideológicas em curso na sociedade. Essa investigação contribui para uma compreensão mais profunda do papel da televisão na construção e disseminação de ideias, bem como das complexas interações entre o meio televisivo e a cultura em geral.

Por fim, Martín-Barbero (1992) enfatiza a importância de entender as diversas maneiras pelas quais diferentes grupos sociais e culturais se apropriam das telenovelas. Essas formas de apropriação são expressões das diferenças de classe e cultura e seu significado está intrinsecamente ligado à interação da indústria cultural com o cotidiano. O autor destaca que as telenovelas são consumidas e interpretadas de maneiras variadas por diferentes grupos sociais, que as utilizam como uma forma de expressão de suas identidades e visões de mundo.

Essa diversidade de interpretações e usos das telenovelas revela a complexidade da indústria cultural e sua influência nas dinâmicas do dia a dia.

Martín-Barbero (1992) argumenta ainda que compreender essas formas de apropriação é fundamental para uma análise abrangente das telenovelas e seu impacto na sociedade. Ao considerar as dimensões culturais e sociais envolvidas, é possível entender como a indústria cultural não apenas produz conteúdos, mas também participa ativamente na construção das identidades e relações sociais. A apropriação das telenovelas pelos diferentes grupos sociais revela como esses produtos midiáticos se entrelaçam com a vida cotidiana, tornando-se parte integrante das práticas culturais e das negociações de poder.

A partir dessa perspectiva, Martín-Barbero (1992) sugere que a investigação será útil para além das fronteiras acadêmicas, podendo orientar governos e profissionais da área:

Uma investigação com estas características ultrapassa o horizonte acadêmico e coloca como interlocutores os trabalhadores da educação e da promoção cultural, a quem procura oferecer elementos para a compreensão do espaço e dos conflitos culturais em que se movimentam, às entidades estatais responsáveis pela formulação de políticas e implementação de projetos nas áreas de comunicação e cultura e aos produtores de televisão que assumem como desafio próprio a relação do seu trabalho com as demandas sociais e culturais do país (MARTÍN-BARBERO, 1992, p. 21, tradução nossa¹⁴).

No nosso caso, por questões de prazo e limitações desta pesquisa, avançaremos nas duas primeiras questões apontadas pelo autor. A terceira exige uma investigação da recepção que não poderemos alcançar nesse momento. No entanto, será possível tocar em alguns pontos da apropriação ao indagarmos sobre o perfil dos personagens, com o qual a audiência se engaja. Como lidamos com um pequeno número de produções num espaço temporal de menos de uma década, naturalmente a investigação histórica também não será aprofundada.

A seguir avançamos em dois pontos teóricos com mais propriedade, ao buscar compreensão sobre como funcionam os mecanismos de produção, através das práticas industriais do setor, e das obras, a partir das interações propostas com a audiência.

2.1 A INDÚSTRIA DA MÍDIA E A TV NA ERA DO *STREAMING*

¹⁴ Do original: “Una investigación de estas características rebasa el horizonte académico y plantea como interlocutores a los trabajadores de la educación y de la promoción cultural, a quienes se busca ofrecer elementos para la comprensión del espacio y los conflictos culturales en que se mueven; a las entidades estatales encargadas de diseñar políticas e implementar proyectos en las áreas de la comunicación y la cultura, y a los productores de televisión que asumen como reto propio la relación de su trabajo con las demandas sociales y culturales del país”.

Nossa primeira preocupação ao abordar o tema da televisão na era do *streaming* é entender os diferentes aspectos que estão envolvidos nessa indústria. Dessa forma, vamos explorar nessa seção os caminhos teóricos que norteiam nossa análise.

Em recente publicação sobre a indústria da mídia, Paul McDonald (2022) enfatiza a dificuldade do pesquisador na árdua tarefa de abordar objetos que são expansivos, heterogêneos e sempre mutáveis. Por se tratar da junção de dois substantivos, “indústria” e “mídia”, o autor avalia que é necessário contemplar a multiplicidade, pois se trata de:

um rótulo comumente aplicado para classificar coletivamente as indústrias de edição, jornalismo (ou o que em um passado não muito distante às vezes seria chamado de “imprensa”), cinema, rádio, televisão, vídeo, jogos eletrônicos e mídias sociais. O que os diferencia de outros setores da indústria é como eles formam uma esfera de atividade criativa, comunicativa e comercial voltada para a produção, divulgação e oferta de produtos culturais: por exemplo, livros, jornais e programas de rádio ou televisão (MCDONALD, 2022, p. 1, tradução nossa¹⁵).

Diante dessa diversidade, nos concentramos na indústria audiovisual de ficção seriada. A partir desse norteamento, nossa investida nos estudos da indústria da mídia se dá a partir de um lugar latino-americano, sobretudo brasileiro. Nossa intenção é usar os mesmos parâmetros de investigação das pesquisas internacionais e adicionar um olhar vindo do Sul Global sobre como a indústria global se comporta em território nacional e tensiona o mercado local a partir dessa inserção neocolonizadora.

Há, sem dúvidas, uma predominância dos estudos publicados nas principais coleções e periódicos editados, e especialmente nos relatos anglo-americanos e europeus ocidentais das indústrias de mídia, o que não reflete adequadamente o alcance da pesquisa internacional. Essas publicações consideram apenas parte da cultura da produção global de mídia (DRAKE, 2022). Daí a importância de pesquisas como essa para que os atributos históricos, culturais, sociais e econômicos locais tenham visibilidade e sejam reconhecidos como elementos inerentes de nossa produção de mídia. Na era da distribuição de vídeos pela internet, as fronteiras nacionais ficam mais porosas, o que significa que a indústria nacional tem a possibilidade de alcançar diversas partes do globo de forma mais fluida.

Nesse ínterim, precisamos considerar não apenas a produção e os modos de contar, mas, também, a distribuição desses conteúdos pelo mundo. Trabalhamos aqui com a definição de Braun (2015) que afirma que a distribuição no contexto da indústria da mídia se refere ao

¹⁵ Do original: “It is a label commonly applied to collectively classify the industries of publishing, journalism (or what in the not- too- distant past would sometimes be called “the press”), cinema, radio, television, video, electronic games, and social media. What differentiates these from other industry sectors is how they form a sphere of creative, communicative, and commercial activity focused on the production, dissemination, and offering of cultural outputs: e.g. books, newspapers, and radio or television programs”.

“movimento do conteúdo desde o momento em que é produzido até o momento em que chega ao consumidor” (p. 46, tradução nossa¹⁶). Em se tratando de serviços *over the top* (OTT), isto é, que dependem de uma estrutura de acesso à internet para oferecer o conteúdo ao consumidor final, há a introdução de um mecanismo de distribuição cuja diferença central com métodos anteriores se baseia nos *affordances* da internet (LOTZ, 2017). O termo *affordances* tem sido usado sem tradução para o português pela falta de uma palavra que abarque as complexidades técnicas e potencialidades de cada tecnologia. No caso das tecnologias de rede, os recursos disponíveis são muito mais do que ferramentas estáticas e dizem de potencialidades para amplificar, registrar e divulgar informações e atos sociais, além de moldar os públicos e como as pessoas os negociam (BOYD, 2010).

Nesse contexto, os estudos críticos da mídia encaram a distribuição digital como processos atrelados à disseminação da cultura de modo geral:

Em vez de considerar a distribuição simplesmente como uma ponte funcional entre produção e consumo, os estudos críticos se concentram nos processos e nos participantes da distribuição como forças modeladoras da disseminação da cultura. Os debates abordam a “distribuição” de acordo com seus dois significados: as ações de levar a mídia aos usuários finais (como a mídia é distribuída?) e a condição resultante da disseminação (quando, onde e para quem a mídia é distribuída?) (MCDONALD, 2022, p. 7, tradução nossa¹⁷).

Colocado dessa forma, o conceito de distribuição atinge o cerne da questão do acesso à cultura e em que termos esse acesso se dá (BRAUN, 2014). Se tomamos como base o Brasil como um país cuja imensa massa de trabalhadores recebe salário mínimo e o acesso à internet de banda larga custa em 2023 cerca de 10% desse valor, podemos imaginar a quantidade reduzida de famílias que contratam os serviços de vídeo sob demanda. Mas, se a distribuição “fabrica cultura”, como afirmam os pesquisadores Donoghue, Havens e McDonald (2021), então precisamos nos atentar para que, em tempos de distribuição digital da mídia, os conteúdos são também moldados para suprir as necessidades dessa elite cultural que possui acesso privilegiado aos conteúdos dos SVODs. Isso porque a cultura comercial gera e retroalimenta o conhecimento sobre o que vende, moldando as decisões criativas, ao mesmo tempo em que organiza os meios de disseminação cultural (DONOGHUE, HAVENS, MCDONALD, 2021).

¹⁶ Do original: “movement of content from the time it is produced to the time it reaches the consumer”.

¹⁷ Do original: “Instead of regarding distribution simply as a functional bridge between production and consumption, critical studies focus on the processes of, and participants in, distribution as shaping forces in the dissemination of culture. Debates address “distribution” according to its twin meanings: the actions of getting media to end users (how are media distributed?) and the resulting condition of dissemination (when, where, and to whom are media distributed?)”.

Surge então o fenômeno a que Striphas (2015) chama de “cultura do algoritmo”, que se refere ao “envolvimento do pensamento, conduta, organização e expressão humanos na lógica do *big data* e da computação em larga escala, um movimento que altera como a categoria cultura há muito é praticada, experimentada e compreendida” (STRIPHAS, 2015, p. 396, tradução nossa¹⁸). Dessa forma, o autor demonstra uma preocupação social para com a ascensão dessa cultura que ele descreve como sendo de elite e, portanto, fadada à percepção do capitalismo em relação a manifestações culturais periféricas.

O autor ainda afirma que para “[a]lém da semântica, o que está em jogo na cultura algorítmica é o abandono gradual do caráter público da cultura e, portanto, diz do surgimento de uma nova geração de cultura de elite que pretende ser o seu oposto” (STRIPHAS, 2015, p. 397, tradução nossa¹⁹). Ou seja, a tendência é a de eliminar ou minimizar aquela cultura que não está conectada com os grandes conglomerados e poderosos da mídia, invariavelmente situados em Hollywood ou, no caso do “atual universo obcecado por *streaming*” (HOLT, 2019, p. 2, tradução nossa²⁰), no Vale do Silício²¹.

Ainda que o termo algoritmo tenha sido buscado da tecnologia da informação e, mais distante, da matemática, no contexto cultural nos parece inviável dissociá-lo do elemento humano e, portanto, do constituinte político e social das relações humanas. Num recorte mais amplo, podemos relacionar essa questão com os movimentos de neocolonialismo a que o Sul Global está sujeito com a dominação dos meios de produção e distribuição de cultura das empresas sediadas nos Estados Unidos. Com esse contexto em vista, de que maneira os produtos de mercados periféricos estão circulando se o processo e o controle de curadoria está sendo privatizado para os algoritmos?

Entendemos essa privatização como “formas de tomada de decisão e contestação que compreendem a luta contínua para determinar os valores, práticas e artefatos - a cultura, por assim dizer - de grupos sociais específicos” (STRIPHAS, 2015, p. 406, tradução nossa²²).

¹⁸ Do original: “the enfolding of human thought, conduct, organization and expression into the logic of big data and large-scale computation, a move that alters how the category culture has long been practiced, experienced and understood”.

¹⁹ Do original: “Beyond semantics, what is at stake in algorithmic culture is the gradual abandonment of culture’s publicness and thus the emergence of a new breed of elite culture purporting to be its opposite”.

²⁰ Do original: “current streaming-obsessed universe”.

²¹ Ao redor do mundo há diversas iniciativas que pretendem fazer frente a essas empresas digitais de mídia, oferecendo conteúdo gratuito. É o caso, por exemplo, do EMC Play, serviço sob demanda da Rede Minas de Televisão, a TV pública educativa e cultural do estado de Minas Gerais, que oferece conteúdo didático, jornalístico e de ficção. Outra iniciativa é o Bombozila, uma plataforma gratuita latino-americana de documentários de impacto social. Ainda que tímidos, esses portais representam resistência ao *status quo* da cultura elitista do algoritmo.

²² Do original: “the forms of decision making and contestation that comprise the ongoing struggle to determine the values, practices and artifacts – the culture, as it were – of specific social groups”.

Nesse processo, pensamos a distribuição digital aplicada aos serviços de vídeo sob demanda como um lugar político, social e cultural, que se utiliza de meios eletrônicos para sugerir - para usar o termo da Netflix - conteúdos que, invariavelmente, foram produzidos ou comissionados por empresas vindas do Norte Global. O que provoca, por consequência, uma nova forma de colonização cultural dos países do Sul.

A distribuição digital se apresenta, assim, como um lugar de mediação para abordar as complexidades em torno da competição e cooperação que desafiam as compreensões de espaço e lugar, fronteiras e limites e movimento e fluxo, algo que é percebido até pelo mais simples usuário de SVOD:

Onde anteriormente o funcionamento da distribuição poderia ter permanecido invisível ou de muito pouca preocupação para os leitores, ouvintes ou espectadores, ou jogadores, a popularização de várias plataformas online aumentou o perfil da distribuição, intensificando a consciência de como obtemos a mídia que obtemos (DONOGHUE, HAVENS, MCDONALD, 2021, p. 8, tradução nossa²³).

Na nossa busca por mapear a indústria local a partir de dois polos produtores, um local e outro global, o conceito de distribuição digital nos auxilia enquanto norteia a detecção de uma infraestrutura que é desigual, que causa tensões culturais, econômicas e políticas e, sobremaneira, restringe acesso. A distribuição de conteúdo através da internet também traz para a mesa questões de temporalidade e controle. Tudo acontece ao mesmo tempo, todos os episódios de uma temporada são lançados de uma só vez. Cabe ao consumidor uma programação própria. Cabe a ele o domínio do ‘quando’. E cabe a ele a ilusão do comando do ‘quê’. Dizemos ilusão porque se trata, na realidade, de um catálogo construído a partir de uma curadoria empresarial e que, portanto, visa lucro.

Essa visão empresarial minou a empolgação inicial que supunha que, com os *affordances* da internet, haveria possibilidades infinitas de participação popular:

Há um tema comum ligado ao tom dos estudos da indústria produzidos nos últimos dez anos: o otimismo anterior em relação às possibilidades de distribuição digital e cultura participativa foi amplamente substituído por um reconhecimento muito mais sombrio das duras realidades do ecossistema digital contemporâneo (HOLT, PERREN, 2019, p. 38, tradução nossa²⁴).

²³Do original: “Where previously the workings of distribution might have remained invisible or of very little concern to readers, listeners or viewers, or players, the popularization of various online platforms has increased the profile of distribution, intensifying awareness of how we get the media we do get”.

²⁴Do original: “There is a common theme connected to the tone of the industry scholarship produced in the last ten years: the prior optimism regarding the possibilities of digital distribution and participatory culture has largely been replaced by a far more somber recognition of the harsh realities of the contemporary digital ecosystem”.

O mundo digital se apresenta, então, como um ecossistema hostil. Uma das fricções causadas por esse ambiente se dá, por exemplo, quando um operador global institui parceria com executores locais para criação de conteúdo exclusivo. O agente contratante possui o poder econômico e o algoritmo dita o perfil do produto conforme a demanda de seus consumidores. Ao agente contratado cabe seguir essas regras e ainda adicionar aspectos locais que façam um balanço entre os elementos locais e globais de maneira a satisfazer os interesses corporativos de uma empresa que se propõe a atuar globalmente. E, então, o pesquisador precisa atentar para que “questões globais de contingência, escalabilidade e sustentabilidade atuam de forma diferente em uma vasta gama de condições e contextos políticos, econômicos, industriais, tecnológicos e socioculturais locais” (DONOGHUE, HAVENS, MCDONALD, 2021, p. 16, tradução nossa²⁵).

É preciso pontuar que o “efeito Netflix” deu origem a uma operação entre questões locais e globais em que se faz necessário construir textos que são consumíveis além-fronteiras e que, ao mesmo tempo, façam sentido para o público local. Portais de atuação em diversos países, a exemplo da Netflix, são atores globais que operam sob condições diferentes em cada contexto nacional que adentram e compõem catálogos diferentes em cada lugar. Além disso, as práticas de mídia são diferentes de país para país, exigindo uma adequação industrial. Sendo assim, o pensamento de dominação mercadológica é global, enquanto a atuação deve ser estrategicamente operada em termos locais. Em outras palavras, é preciso ‘pensar global e agir local’:

Um dos marcadores centrais da Netflix é que ela é descentralizada, tira a televisão de seu contexto nacional, atraindo mais o público global do que o nacional. No entanto, ao mesmo tempo, também tenta se integrar às paisagens televisivas nacionais, oferecendo conteúdo nativo e produzindo conteúdo interno em espanhol, japonês ou francês. Assim, a Netflix se integra às práticas nacionais de mídia enquanto atua como ator global (americano)(JENNER, 2018, p. 187, tradução nossa²⁶).

Desse modo, questões locais são acionadas a serviço da audiência, diferentemente do que ocorre, por exemplo, nas telenovelas brasileiras em que a nação é parte integrante do desenvolver da história. Podemos citar como exemplo a experiência da Netflix na transposição da série espanhola *La Casa de Papel* (2017-2021) para o contexto coreano na

²⁵ Do original: “global issues of contingency, scalability, and sustainability play out differently across a vast array of local political, economic, industrial, technological, and sociocultural conditions and contexts”.

²⁶ Do original: “One of Netflix’ central markers is that it is decentred, that it takes television away from its national context, appealing to global audiences rather than national ones. Yet, at the same time, it also attempts to integrate itself into national television landscapes, offering indigenous content and producing Spanish, Japanese, or French in-house content. Thus, Netflix integrates into national media practices while also acting as (American) global actor. This tension is inherent in the way Netflix can be conceptualized as global actor”.

produção da série *La Casa de papel - Coreia* (2022). Embora se trate de um conteúdo pensado para um canal linear espanhol e tenha tido temporadas exclusivas para o *streaming*, a obra foi traduzida para o coreano e preenchida com as tensões locais entre as Coreias: a briga entre o sul capitalista e o norte socialista. Ou seja, a essência da história ocidental não foi alterada quando ela começa a se passar no oriente, em uma cultura completamente diferente da original. Apenas algumas nuances e elementos narrativos foram adicionados na história para que se aproximasse do contexto local. Esse fato é um exemplo de como o local é acionado somente quando tem pertinência para a trama de modo a aproximar a história do público.

Nesse sentido, existe um pensamento global e uma atuação local, seja na contratação de histórias locais para seus catálogos, seja fazendo frente, especialmente na América Latina, aos conglomerados de mídia locais. Nesse sentido, é preciso potencializar os conteúdos ao trazer elementos do local e do global de forma entrelaçada e interligada. Ao analisar o desempenho global da Netflix, Ramon Lobato (2019) afirma que o portal, como pioneiro nessa empreitada, deixou alguns legados para os demais concorrentes. Um deles diz da forma como a audiência ainda busca conteúdos locais, provando que o local e o global podem coexistir.

O equilíbrio entre o local e o global já faz parte das estratégias dos serviços globais de *streaming* há algum tempo. A Netflix oferece um excelente exemplo de como as empresas de mídia tiveram que absorver a localidade em sua programação e se estabelecer firmemente em diferentes mercados. Timothy Havens (2018) observa que parte dos negócios da Netflix depende da competição com conglomerados de mídia locais em diferentes países. Para fazer isso, a Netflix precisou diversificar seu catálogo para ‘nativizar’²⁷ o conteúdo original e as ofertas de programas, resultando em uma ‘marca de televisão global’.

Ao investigar os mercados globais de negociação de produtos televisivos, Bielby e Harrington (2008) também argumentam que na indústria atual é imperativo fazer a história parecer local e global ao mesmo tempo.

Os participantes da indústria entendem isso, com vários graus de percepção e responsabilidade, e formulam uma ampla gama de arranjos que buscam manter o controle criativo e a propriedade sobre os produtos, ao mesmo tempo em que os adaptam o suficiente para transcender as diferenças culturais (BIELBY. HARRINGTON, 2008, p. 59, tradução nossa²⁸).

²⁷ O termo “*indigenize*” foi traduzido com o verbo nativizar por falta de uma tradução melhor. Cabe explicar que se refere àquilo que é natural de um país, indígena, nativo, local.

²⁸ Do original: “Industry participants understand this, with varying degrees of insight and accountability, and formulate a wide range of arrangements that seek to retain creative control and ownership over products while simultaneously adapting them sufficiently to transcend cultural differences”.

Apesar dos autores fazerem referência aos mercados tradicionais de compra e venda de produtos televisivos anteriores aos SVODs, podemos tomar essa reflexão emprestada ao considerarmos haver também uma negociação em jogo quando histórias são construídas com pretensão de consumo global. Johnson (2019) cita a Netflix como um exemplo de serviço que produz conteúdo tendo a localização em mente, mas sem deixar a internacionalização liderar:

Mesmo onde a Netflix está investindo dinheiro em produções locais, seu modelo de negócios depende de programas originais que possam ser explorados transnacionalmente no grande número de países em que opera. A Netflix até argumentou que a análise algorítmica dos hábitos de seus espectadores revela que a nacionalidade tem pouco impacto nas preferências de visualização. Em vez disso, a Netflix afirma que pode segmentar seus consumidores em cerca de 2.000 comunidades de acordo com seus hábitos de visualização. Uma consequência disso é que a Netflix busca criar conteúdo com apelo transnacional mesmo quando se dedica a produções localizadas (JOHNSON, 2019, p. 91, tradução nossa²⁹).

Dessa forma, podemos entender a dinâmica local-global como uma orientação industrial da mídia para produzir conteúdos audiovisuais que abordem questões globais - como violência, racismo, meio ambiente, feminismo, homofobia - mas que mantenham aspectos locais - tais como idioma, cenários, trilha sonora - a fim de que esse título possa ser exibido em diversas partes do mundo sem grandes conflitos culturais e que atenda aos anseios locais por programação nativa. Assim, as empresas de mídia com atuação global são capazes de adentrar diferentes mercados locais, fazendo frente ao poderio da indústria local, e, ao mesmo tempo, avançar na construção de um catálogo único.

E é por esses motivos que delimitamos a empreitada dessa pesquisa como partícipe de uma posição política, econômica, industrial e sociocultural brasileira. Pontuamos esse lugar ao longo dessa análise de modo independente à pretensão de atuação global da Netflix. Mesmo porque, como argumenta Choi (2021), os executivos de serviços de *streaming* usam o termo “global” sem fazer referência a mercados televisivos nacionais específicos, na busca de se distanciar de distribuidores tradicionais:

As plataformas de streaming imaginam a distribuição digital como uma arquitetura global livre das restrições impostas pelos mercados televisivos nacionais. Por exemplo, as plataformas de streaming não têm regras definidas para duração, horário, características geográficas e idioma de um programa. Produtores e criadores precisam apenas se concentrar em suas

²⁹ Do original: “Even where Netflix is investing money in local productions, its business model depends on originating programmes that can be exploited transnationally across the large number of countries within which it operates. Netflix has even argued that algorithmic analysis of its viewers’ habits reveals that nationality has little impact on viewing preferences. Instead, Netflix claims that it can segment its consumers into around 2,000 taste communities according to their viewing habits. One consequence of this is that Netflix is seeking to create content with transnational appeal even when engaged in localised productions”.

melhores histórias que induzem o engajamento e atraem mais assinantes (CHOI, 2021, p. 210, tradução nossa³⁰).

O impacto dessa distribuição (e produção) digital no Brasil continua sendo sentido e pesquisado, mas autores como Piñón e Rivero (2021) já avaliam essa mudança nas indústrias da América Latina: “a distribuição digital está mudando as indústrias televisivas nacionais e regionais da América Latina, sacudindo práticas industriais de longa data e rompendo a posição das corporações de televisão latino-americanas como forças hegemônicas indiscutíveis” (p. 255, tradução nossa³¹). Segundo os autores, as transformações mais visíveis se dão no campo das estratégias de programação e produção, assim como na reconfiguração do cenário corporativo. Novas alianças estão sendo formadas e a audiência está gradativamente deixando de ser olhada de forma demográfica. Em outras palavras, o mercado televisivo olha para a audiência sem colocá-la em caixas de gênero (feminino x masculino), idade, ou classe social. Importa mais os gostos e as características de nicho, das quais falaremos mais adiante. Por hora, nos concentramos em pontos específicos dessa indústria, que dizem da atuação dos serviços de vídeo sob demanda.

Amanda Lotz (2017) descreve as lógicas típicas dos portais de vídeo sob demanda em: características gerais, função central, organização econômica, profissões criativas, receita, características mercadológicas e estratégias-chave. Nos inspiramos no que a autora descreve para destacarmos três pontos nodais na diferenciação desses serviços em detrimento de outras ofertas de televisão ou vídeo online. São eles:

- a.** Estabelecimento de uma curadoria de conteúdo para a formação de um catálogo orientado por dados provenientes de demanda de audiência e/ou posicionamento de marca.
- b.** Produção de conteúdo exclusivo, também chamado de original, que comportam ou não características específicas.
- c.** Preocupação com a experiência do usuário/assinante. Inclui-se aí a constante sugestão de conteúdos que se relacionam com títulos anteriormente assistidos ou procurados pelos assinantes, bem como a disponibilização de vários episódios simultaneamente.

³⁰ Do original: “The streaming platforms imagine digital distribution as a global architecture free from the constraints imposed by national television markets. For example, the streaming platforms do not have set rules for the length, time slot, geographical characteristics, and language of a show. Producers and creators need only to concentrate on their best stories that induce engagement and attract more subscribers”.

³¹ Do original: digital distribution is changing the national and regional television industries of Latin America, shaking up long- standing industrial practices and disrupting the position of Latin American television corporations as indisputable hegemonic forces”.

Esses três pontos que regem a atuação dos SVODs trazem diversas implicações para a indústria da mídia. Os pontos **a** e **b** englobam a construção da biblioteca de conteúdo, que é montada a partir de demandas de audiência e posicionamento de marca. Já o ponto **c** diz dos consumidores desse catálogo e da relação que estabelecem com a plataforma. No entanto, esses pontos se entrelaçam na conformação das características desses serviços.

No que diz respeito à montagem da biblioteca, especialmente no Brasil, em virtude do cenário histórico de pouco investimento em produções culturais, talvez o principal impacto seja na criação de uma nova janela de escoamento de criatividade. Ou seja, com a Netflix e outros SVODs produzindo em solo nacional, incluindo a Globoplay, haveria a abertura de uma nova fonte de financiamento de produções, pois há um novo comprador, aqui chamado de *player*, no mercado audiovisual. Esse novo cliente ainda traz consigo uma suposta vantagem, porque não depende de anúncios para sustentar suas receitas:

As diferentes métricas de sucesso e consequentes objetivos divergentes de um serviço financiado por assinantes permitem que diferentes tipos de conteúdo sejam criados porque não são limitados pelos parâmetros de coleta de um público desejado pelo anunciante. Isso pode ser valioso para criativos que procuram contar histórias que não foram consideradas viáveis para esse mercado dominado por anunciantes (LOTZ, 2017, p. 49, tradução nossa³²).

Apesar de representar um certo escape de uma lógica há anos estabelecida, especialmente na indústria televisiva brasileira, trata-se de um novo mercado que também tem restrições de acesso. Isso porque não só existem poucos serviços de *streaming* produzindo conteúdo com produtores locais, como também essa produção é verdadeiramente escassa. Só para se ter um parâmetro numérico, citamos o Panorama do Mercado de Vídeo por Demanda no Brasil em 2022³³ publicado no final de fevereiro de 2023, que identificou que produções brasileiras ocupam pouco espaço nos catálogos das plataformas estrangeiras atuantes no país:

O conjunto de dados analisado apresenta a nacionalidade das obras a partir de fontes externas, permitindo uma observação inicial sobre a participação do conteúdo identificado como brasileiro - ainda que não realizado por produtora independente -, que ocupa menos de 10% dos catálogos dos principais serviços estrangeiros, como Netflix, Amazon Prime Video, HBO Max e Disney+. Essa participação é maior nas plataformas nacionais, de menor porte (ANCINE, 2023).

³² Do original: “The different metrics of success and consequent divergent goals of a subscriber-funded outlet allow for different types of content to be created because it is not constrained by the parameters of collecting an advertiser-desired audience. This can be valuable to creatives who seek to tell stories that have not been deemed as viable for that advertiser-dominated marketplace”.

³³ Disponível em:

<<https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/publicacoes/arquivos.pdf/informe-vod-pos-revisao-28-fev-2023.pdf>>.

Acesso em 28 jun. 2023.

Esse dado é reflexo do desempenho dos SVODs nos mercados internacionais. Ao buscar agregar valor à sua marca, os *streamings* globais restringem acesso aos executivos da empresa por parte de produtores menores. Um exemplo disso é a “presença ausente” desses *players* em feiras de negócios do audiovisual pelo mundo. Segundo Choi (2021), o propósito de participação dos *streamings* nesses eventos não é o de comprar produtos de terceiros ou fazer novas parcerias, mas, sim, manter e desenvolver relacionamentos estabelecidos anteriormente:

A “presença ausente” de grandes plataformas de streaming nos eventos televisivos globais é uma forma de moldar discursivamente a distribuição digital como uma infraestrutura valiosa. No entanto, sua inacessibilidade a ideias criativas e programas de terceiros nos mercados mostra um desejo de se tornar uma “televisão de qualidade” independentemente da distribuição existente nos mercados. As plataformas estão tentando remodelar a cultura global de negócios televisivos, tirando as melhores ideias e programas de televisão dos mercados e colocando-os nessa nova arquitetura exclusiva, deixando as sobras para os distribuidores, emissoras e redes tradicionais (CHOI, 2021, p. 213, tradução nossa³⁴).

Outro exemplo dessa ausência se deu em solo mineiro. Em encontro com realizadores na edição de 2020 do evento MAX - Minas Gerais Audiovisual Expo, a então diretora de produções internacionais da Netflix, Maria Angela de Jesus, comentou sobre as estratégias para receber novas propostas de filmes e séries originais. Segundo ela, as ideias deveriam ser encaminhadas via e-mail, contendo no corpo do texto os contatos do proponente e um resumo sucinto da trama. No entanto, nas quase duas horas de conversa, a diretora não forneceu o endereço do suposto e-mail, restringindo-se a comentar futuros lançamentos da plataforma e exaltar a parceria feita com a produtora Conspiração Filmes, cuja CEO, Renata Brandão, mediava a mesa³⁵.

As estratégias de construção de catálogo são diversas. Muitos portais surgiram a partir do que Lotz (2017) chama de integração vertical. Isso acontece quando uma empresa é dona de mais de um elo da cadeia produtiva. Por exemplo, quando um canal ou estúdio de televisão e cinema já possuem uma alta concentração de produtos audiovisuais próprios e decide disponibilizá-los por um serviço de vídeo sob demanda, acontece uma integração em vários

³⁴ Do original: “The “absent presence” of large streaming platforms in global television markets is a way of discursively shaping digital distribution as a valuable infrastructure. However, their inaccessibility to creative ideas and third-party programs in the marketplaces shows a desire to become “quality television” independently of the existing distribution through markets. The platforms are trying to reshape the global television business culture by taking the best ideas and television programs out of the markets and into this new exclusive architecture and leaving the leftovers for traditional distributors, broadcasters, and networks”.

³⁵ A autora dessa tese estava presente nesse encontro com Maria Angela de Jesus, que se deu via online, porém não possui gravação que possa ser referenciada nesse trabalho. O evento não disponibilizou a conversa na íntegra em canais oficiais, tampouco forneceu posteriormente o referido e-mail aos participantes daquela sessão.

níveis empresariais. Esse foi o caso da Disney+, assim como da Globoplay. Isso também significa que não existe uma competição direta entre os diversos SVODs, como dá a entender o que a imprensa chama de “guerra dos *streamings*” (LOTZ, 2021).

O valor agregado de serviços como Disney e Globoplay, que possuem no mercado tradição e audiência cativa, não pode ser colocado em comparação simples com um serviço como o da Netflix ou Amazon Prime Video. Primeiro porque a Amazon Prime Video é parte de um conglomerado industrial que foca no varejo. Segundo porque a Netflix não possui um canal linear que carregue, de antemão, uma audiência cativa e receita proveniente de anúncios. Ela teve de se esforçar para se estabelecer nos diversos mercados em que atua (LOTZ, 2022).

Lembramos que nossa proposta nessa tese não é a de estabelecer simples comparação entre Netflix e Globoplay. É, pois, identificar justamente aquilo que as coloca em patamar diferente na indústria, não importando se uma ou outra possui melhor desempenho junto ao público brasileiro. E, a partir dessa posição diferenciada no mercado local, podemos analisar como, através das histórias que contam, buscam angariar e manter públicos diversos para seu portal.

Catherine Johnson (2019) afirma que o conteúdo é um ativo na TV online³⁶ e vai além declarando que “[o] papel do conteúdo na indústria da TV online é muito mais matizado, portanto, do que uma simples batalha entre conteúdo e distribuição” (p. 82, tradução nossa³⁷). O valor da marca de um portal pode vir tanto da aquisição de conteúdo, como também da produção de conteúdos originais.

O assinante, geralmente um indivíduo ou família, tipicamente desfruta de acesso ilimitado à coleção de bens mantidos na biblioteca durante a assinatura. A mídia que opera dentro desse modelo seleciona uma coleção de bens culturais de acordo com uma estratégia baseada em fornecer uma proposta de valor específica aos assinantes (LOTZ, 2017, p. 36, tradução nossa³⁸).

O *big data* aparece, então, como o maior aliado dos SVODs para proporcionar aos seus assinantes um leque variado, mas, ao mesmo tempo, focado em perfis únicos (HAVENS, 2014; HOLT, PERREN, 2019; KELLY, 2017). Isto é, tal ou qual conteúdo não precisa

³⁶ Lembramos que o conceito de Johnson (2019) abrange “serviços que facilitam a visualização de conteúdo audiovisual selecionado editorialmente por meio de dispositivos habilitados para internet” (2019, p. 1, tradução nossa), não se limitando, portanto, aos SVODs.

³⁷ Do original: “The role of content within the online TV industry is far more nuanced, therefore, than a simple battle between content and distribution”.

³⁸ Do original: “The subscriber, generally either an individual or household, typically enjoys unlimited access to the collection of goods held in the library for the duration of the subscription. Media operating within this model curate a collection of cultural goods according to a strategy based on providing a particular value proposition to subscribers”.

“agradar” a totalidade de consumidores, porque não importa “o quê” o usuário está assistindo, mas, sim, que ele continue assistindo e/ou que encontre conteúdo suficiente para sentir que a mensalidade paga é justificada (LOTZ, 2022).

Lotz (2022) apresenta o conceito “amado por alguns” (do original “*loved by some*”) para explicar a tendência dos SVODs em atender indivíduos, ao invés de precisar aderir à formação de um público massivo singular. O objetivo então passa a ser atingir audiências de nicho. O conceito de cauda-longa (ANDERSON, 2006) nos ajuda a compreender essa visão de mercado, que se centra na aposta de títulos que não atendem a um grande público, porém possuem maior aderência e perenidade.

Os títulos em uma biblioteca SVOD fornecem valor ao serviço sempre que os visualizadores encontram o título: em uma semana, em um mês ou anos depois. É claro que os SVODs buscam eficiência nos gastos com conteúdo e encontram o equilíbrio pelo qual podem manter o número máximo de espectadores com o menor número de títulos (a menos que sejam donos dos títulos). Mas é mais valioso para os SVODs oferecer uma excelente experiência, enfatizar o desenvolvimento de conteúdo diferenciado para assinantes e garantir que os espectadores possam encontrar esse conteúdo do que jogar o jogo de atrair a atenção do público em massa (LOTZ, 2022, p. 40, tradução nossa³⁹).

Nesse sentido, podemos avaliar que a ideia de exclusividade e alta qualidade paira entre os discursos de marca dos *streamings*. E essa posição de mercado também é regida pela oferta de conteúdos originais. Ou seja, aquelas obras produzidas para distribuição exclusiva dos portais, que, portanto, detém os direitos patrimoniais e autorais das mesmas.

Um detalhe importante com relação às produções originais é que elas ficam disponíveis por tempo indeterminado nos portais. O que implica necessariamente em eliminar o quesito “tempo” do direito de autoria, estabelecido em leis para proteção de artistas em todo o mundo. Ora, se o produto original fica disponível na plataforma sem marcas de temporalidade, então possuir os direitos autorais de uma obra é crucial na negociação das plataformas com criadores, pois, como observou Landau (2016), a propriedade do conteúdo tem muito mais valor do que a distribuição.

Outro fator que precisa ser considerado quando se analisa os produtos oferecidos por um portal é que, diferentemente dos canais lineares, a atenção do espectador de SVODs não é difusa. Para Rocha, Arantes e Silva (2021), as produções para o *streaming* enfatizam

³⁹ Do original: “Titles in an SVOD library provide value to the service whenever viewers find the title: in a week, in a month, or years later. Of course, SVODs seek efficiency in content spending and to find the equilibrium whereby they can maintain the maximum number of viewers with the fewest titles (unless they own the titles). But it is more valuable for SVODs to offer an excellent experience, emphasize developing distinctive content for subscribers, and make sure viewers can find that content than play at the game of attracting mass audience attention”.

narrativas de ritmo acelerado, com grande volume de informações sendo apresentado em curto período. Isso significa, em última instância, que o espectador precisa ficar atento ao que se passa na tela para não perder as nuances da história, algo que é diferente das dinâmicas da TV aberta, cujos telespectadores são menos atentos e existe redundância e repetição nas narrativas.

A atenção focada nos faz refletir ainda sobre o tipo de conteúdo que esse usuário está disposto a consumir:

Os espectadores de streaming normalmente não são distraídos, mas focados e, conseqüentemente, estão dispostos a encontrar incerteza e estranheza no conteúdo que consomem. Como resultado, o conteúdo altamente localizado ainda pode encontrar um público internacional substancial: a especificidade cultural não funciona mais contra a distribuição generalizada (HAVENS, 2020, p. 37, tradução nossa⁴⁰).

De qualquer forma, trabalhamos com o argumento de que as principais propostas de valor que diferenciam um portal do outro depende, em certo grau, de possuir conteúdos atrativos e únicos. Johnson (2019) aponta três principais características da internet que diferenciam as produções da TV online das demais produções televisivas: geograficamente expansiva, o que facilita o movimento para além-fronteiras; capacidade aumentada, com vasta possibilidade de armazenamento; e em rede e participativa, o que oferece à audiência maior controle sobre visualização e circulação de conteúdo. Com isso, os *affordances* da internet configuram um novo espaço de disputa, esse no campo da experiência de usuário.

Proporcionar ao espectador uma experiência positiva de utilização implica oferecer facilidade de negociação com a interface da plataforma, recomendar novos títulos semelhantes aos anteriormente consumidos e garantir recursos eficientes de pesquisa dentro do portal (LOTZ, 2017; 2022). Segundo Lotz (2022), pouco se sabe sobre a experiência do usuário quando deparado a diferentes escolhas, já que:

[a] quantidade variável de opções que os serviços lineares e sob demanda oferecem leva a diferentes processos de tomada de decisão e comportamentos de visualização: buscar um conteúdo específico, examinar uma biblioteca específica ou a simplicidade mais espontânea de escolher ‘o que está passando’ (LOTZ, 2022, p. 30, tradução nossa⁴¹).

Apesar disso, cabe notar que grande parte da experiência positiva dos usuários de

⁴⁰ Do original: “Streaming viewers are typically not distracted but focused, and are consequently willing to encounter uncertainty and foreignness in the content they consume. As a result, highly localized content can still find a substantial international audience: cultural specificity no longer works against widespread distribution”.

⁴¹ Do original: “The variable amount of choice that linear and on-demand services offer leads to different decision-making processes and viewing behaviours: seeking particular content, perusing a particular library, or the more spontaneous simplicity of electing ‘what’s on’”.

SVODs é a ausência de interrupção por comerciais⁴². Em se tratando de obras serializadas, o fluxo estabelecido entre um episódio e outro também é considerado enquanto facilita a continuidade da assistência ao conteúdo. Ou seja, quanto mais simples e rápido for ‘apertar o *play*’ no episódio seguinte, melhor. Nesse sentido, é possível que um usuário escolha um serviço em virtude da experiência em detrimento da escolha por conteúdo, sem desconsiderar a importância desse último (LOTZ, 2022).

Outro fator importante dessa experiência está na sensação de personalização observada por cada perfil. Turow (2017) usa o termo personalização para definir práticas recentes de relacionamento entre uma marca e seu consumidor:

Personalização é um termo usado por profissionais de mídia contemporâneos para denotar o processo emergente pelo qual uma organização de mídia adapta o conteúdo que um indivíduo recebe com base nos atributos que a organização acredita conhecer sobre o indivíduo. (...) Atualmente praticada mais comumente na publicidade, a personalização também está aparecendo em outros gêneros de conteúdo de mídia, incluindo serviços de música e videogames (TUROW, 2017, p. 135, tradução nossa⁴³).

O conceito também pode ser aplicado no contexto dos SVODs, pois se trata de uma programação de efeitos calculada em virtude de dados coletados dos usuários, fornecidos através da navegação dentro do portal. Isso acontece porque o portal recolhe o comportamento de navegação do usuário que nutre um conjunto de dados. Esses dados são processados e retornam ao assinante em forma de recomendação de títulos. Nesse sentido, o que se busca oferecer é uma sensação de proximidade entre usuário e plataforma.

Em outras palavras, é possível afirmar que o sistema de recomendação opera com a promessa de oferecimento de conteúdo compatível com os gostos do cliente, de cada cliente. No caso da Netflix, por exemplo, sabe-se que toda a interface do portal também é configurada a partir do histórico do assinante e se apresenta de forma distinta para cada usuário. Até a capa dos títulos possui visual diferente para esse ou aquele tipo de usuário. O objetivo é fornecer ao assinante a sensação de uma experiência única: a da exclusividade (GOMEZ-URIBE, HUNT, 2015).

Assim, a experiência do usuário se relaciona com dois fatores principais: relação íntima com o portal e a oferta de conteúdos originais. Por causa disso, avançamos na próxima

⁴² Já existem movimentos no mercado para balizar a inserção de comerciais no *streaming*. A Netflix, por exemplo, já possui uma assinatura mais barata para quem concorda em assistir comerciais. Ver mais detalhes nos capítulos de análise.

⁴³ Do original: “Personalization is a term used by contemporary media practitioners to denote the emerging process by which a media organization tailors the content an individual receives based on attributes the organization believes it knows about the individual. (...) Currently practiced most commonly in advertising, personalization is also showing up in other genres of media content, including music services and video games”.

seção para o entendimento sobre conteúdos serializados do audiovisual para embasar nossa empreitada analítica. A criação de conteúdo serializado dos SVODs bebe das fórmulas televisivas, agrega atributos da distribuição pela internet e orienta-se de acordo com estratégias de mercado também regidas pela coleta de dados personalizada que cada empresa faz dos seus assinantes. Se, como afirma Johnson (2019), a maioria dos SVODs produzem seu próprio conteúdo, daí a importância de estudá-lo com mais vagar.

2.2 AS HISTÓRIAS EM TELA

Na seção anterior, trouxemos as questões teóricas em jogo quando analisamos a indústria da mídia, em especial a dos serviços de vídeo sob demanda, tanto os locais quanto os globais. Nessa seção, abordaremos as interações culturais dos produtos ficcionais do audiovisual como base para estudarmos os desvios e aproximações e expansões e recuos presentes nas histórias contadas na Globoplay e na Netflix em solo brasileiro a partir de pontos nodais. Nossa argumentação teórica embasa a análise das obras a partir dos seguintes marcadores: tema central da trama, gênero cultural e perfil dos protagonistas.

A distribuição digital de produtos culturais desempenha um papel fundamental na disseminação e acessibilidade das obras do audiovisual, proporcionando um espaço de mediação crucial para a ampla difusão dessas criações artísticas. No entanto, é importante reconhecer que as obras do audiovisual contêm atravessamentos culturais intrínsecos, que transcendem fronteiras e não podem ser negligenciados nesse contexto. Esses atravessamentos culturais se manifestam de várias maneiras, como nas narrativas, estilos visuais, trilhas sonoras e representações de personagens, e são influenciados por uma diversidade de elementos culturais, como costumes, valores, crenças e histórias compartilhadas. Portanto, é imprescindível aprofundar nosso estudo sobre como essas interseções se manifestam e interagem nas obras do audiovisual. Buscamos nessa seção compreender a complexidade dos elementos culturais presentes nas séries que buscam diálogo com as audiências pretendidas: brasileira, no caso da Globoplay, e mundial, no caso da Netflix.

Jesús Martín-Barbero (2015), ao examinar as obras da televisão latino-americana, entendeu que elas são atravessadas por discursividades de um mundo referencial. A partir disso ele propõe o conceito de “estratégias de comunicabilidade”, que diz respeito aos atravessamentos culturais em uma obra que, dessa forma, promove uma interação com o mundo do leitor. Como dissemos em nossa dissertação de mestrado:

as estratégias de comunicabilidade dão forma a propostas de interação com a audiência na medida em que dialogam com o mundo cultural do leitor, com sua capacidade mesma de fazer conexões e enfrentamentos diante daquilo que lhe é mostrado e esse atravessamento pode levá-lo ao engajamento com o conteúdo (ARANTES, 2021, p. 37).

O conceito de estratégia de comunicabilidade embasa nosso olhar para as obras, pois se refere ao contexto dos produtos culturais. De acordo com Martín-Barbero (1992), a investigação das mediações desempenha um papel crucial, pois é nessa conjuntura que as construções oriundas de uma lógica comercial e industrial se materializam e se entrelaçam com as demandas dos diferentes grupos sociais em relação aos seus modos de percepção. Em outras palavras, as mediações representam as formas através das quais as influências comerciais e industriais se manifestam e interagem com as necessidades e perspectivas específicas de certos segmentos sociais.

Encontramos ressonância dessa ideia em estudos mais recentes, como a análise da complexidade televisiva em Mittell (2015). Ao estudar séries televisivas contemporâneas no contexto norte-americano, o autor afirma que

não podemos isolar um texto de seus contextos históricos de produção e consumo (...) Especialmente (embora não exclusivamente) na era digital, um programa de televisão é permeado e constituído por uma teia intertextual que empurra as fronteiras textuais para fora, borrando as fronteiras experienciais entre assistir a um programa e se envolver com seus paratextos (MITTELL, 2015, p. 10, tradução nossa⁴⁴).

Nesse sentido, o ‘texto’ na TV está imbricado na conjuntura de produção e nas bases culturais que o antecedem. Isso significa dizer, em outras palavras, que aquilo que se vê em tela está atrelado àquilo que se passa fora dela, no mundo cultural do leitor. Especialmente na era digital, um programa de televisão é influenciado e formado por uma complexa rede de referências intertextuais que ultrapassam os limites do próprio texto, diluindo as fronteiras entre assistir ao programa em si e se envolver com os elementos que o cercam. A ideia do autor é consoante à de Mungioni, Cassano e Sánchez-Vilela (2019) ao destacarem as ficções de televisão como reflexos de traços da sociedade:

as ficções televisivas se destacam no cenário cultural porque constroem/desfazem discursos sobre os mais diversos aspectos da sociedade - sociais, culturais, econômicos -, dando-lhes significado, atribuindo-lhes valor, organizando-os, estabelecendo vínculos, ainda que pela contradição, negação ou pelo esquecimento (p. 17).

⁴⁴ Do original: “we cannot isolate a text from its historical contexts of production and consumption (...) Especially (though not exclusively) in the digital era, a television program is suffused within and constituted by an intertextual web that pushes textual boundaries outward, blurring the experiential borders between watching a program and engaging with its paratexts”.

As autoras, então, enxergam as ficções como locais em que questões sociais são levantadas e ressignificadas. Mungioli (2006) ainda acrescenta que, a partir dos discursos criados por esses bens culturais, cria-se uma expectativa no leitor.

A compreensão de uma obra implicaria ao menos três dimensões intrinsecamente relacionadas: gênero (filiação genérica, características genéricas), estética (forma e conteúdo) e pragmática (conhecimento dos usos e das linguagens relacionadas à faccionalidade e à realidade). A correlação entre esses fatores criaria no leitor um horizonte de expectativas quanto à leitura e à compreensão da obra (literária ou não) (MUNGIOLI, 2006, p. 51).

Nesse trabalho não pretendemos realizar análise do discurso pela tradição francesa, como Mungioli (2006). Nossa intenção ao mencionar esses estudos é destacar que os assuntos trazidos pelas obras de ficção televisual estão conectadas com o meio cultural de suas audiências. Mas quem é essa audiência que vai ‘ler’ o ‘texto’ da TV e, no nosso caso, das obras originais para o *streaming* na Globoplay e na Netflix?

Humberto Eco usou o termo “leitor-modelo” para se referir a um leitor fictício, uma construção teórica que representa o destinatário ideal da obra literária. Segundo Eco, o leitor-modelo é uma criação mental do autor que se baseia em certas suposições sobre o leitor real. Essas suposições incluem conhecimentos prévios, experiências, expectativas, habilidades interpretativas e compreensão do código linguístico utilizado na obra. O leitor-modelo também é moldado pela intenção comunicativa do autor, pelo gênero literário e pelas convenções culturais.

Para organizar a própria estratégia textual, o autor deve referir-se a uma série de competências (expressão mais vasta do que “conhecimentos de códigos”) que confirmam conteúdo às expressões que usa. Ele deve aceitar que o conjunto de competências a que se refere é o mesmo a que se refere o próprio leitor. Por conseguinte, preverá um Leitor-Modelo capaz de cooperar para a atualização textual como ele, o autor, pensava, e de movimentar-se interpretativamente conforme ele se movimentou gerativamente (ECO, 2004, p. 39).

O conceito de leitor-modelo destaca a importância da interação entre o texto e o leitor na criação do sentido. Eco argumenta que o autor precisa antecipar as reações e interpretações do leitor-modelo para alcançar seus objetivos comunicativos. Ao mesmo tempo, o leitor real é desafiado a preencher as lacunas, interpretar ambiguidades e participar ativamente do processo de construção de significados. Em resumo, o leitor-modelo de Humberto Eco é uma representação idealizada do leitor que o autor tem em mente ao escrever, levando em consideração suas expectativas, habilidades e conhecimentos prévios. É um conceito que destaca as dinâmicas da interação entre texto e leitor na compreensão de uma obra cultural.

Ainda que não seja possível apontar com certeza científica qual é o leitor-modelo das séries originais do *streaming* feitas no Brasil, temos alguns indícios culturais e industriais que nos mostram uma ideia da audiência pretendida, à qual chamaremos de espectador-modelo. O autor no nosso caso é o realizador dos originais, seja ele o portal, a produção ou os roteiristas e criadores das obras. Assim, o autor-realizador propõe diálogo com, prioritariamente, os assinantes do portal, que é o seu público direto. Como mencionamos em capítulo anterior, o público assinante no Brasil pertence a classes mais altas da sociedade, já que, devido às diversas crises e ao custo elevado do acesso à banda larga no país, a possibilidade de classes mais baixas terem acesso a esses conteúdos é diminuta, mas não nula.

No caso da Globoplay, por estar direcionada aos brasileiros que moram no Brasil e no exterior, podemos inferir que seu espectador-modelo é majoritariamente o brasileiro. Um público que, teoricamente, está conectado com as experiências históricas, econômicas, sociais e culturais do país. Já a Netflix, com presença em diversas partes do mundo, não possui essa delimitação, podendo oferecer esse mesmo conteúdo a pessoas com diferentes tradições e histórias. O espectador-modelo da Netflix está mais associado, então, com a capacidade de aquisição dos equipamentos técnicos necessários para o acesso, ou seja, com o valor que esse espectador pode pagar pelo portal. Relembrando Donoghue, Havens e McDonald (2021), podemos entender que, nos dois casos, trata-se de uma cultura de elite.

O próximo passo então seria investigar como estão propostas as dinâmicas de interação entre os originais e esse espectador-modelo. Quais são as propostas de interação? Sobre o quê estamos falando? Aonde se quer chegar com aquela história? Articulamos as respostas a essas indagações segundo os conceitos de gênero cultural, tema e perfil dos personagens, pois nos parecem imbricados o suficiente para fornecerem informações interligadas entre as histórias contadas em tela e seus contextos culturais.

Para compreender as propostas de interação, buscamos em Martín-Barbero (2015) a conexão entre estratégias de comunicabilidade e o gênero cultural de uma obra, já que, para o autor, o texto é ‘lugar’ chave de atravessamentos com o mundo cultural do leitor. Assim, ele enxerga o gênero como uma categoria cultural: “No sentido que estamos trabalhando, um gênero não é algo que ocorra *no* texto, mas sim, *pelo* texto, pois é menos questão de estrutura e combinatórias do que de competência” (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 303, grifos do autor). Dessa forma o autor reconhece que existe uma espécie de idioma dos gêneros no qual os falantes desconhecem a gramática, mas são capazes de se comunicar. Ou seja, importa menos a técnica empregada do que o produto final, aquilo que se comunica. Martín-Barbero se apoia na definição de gênero de Wolf (1984) para quem um gênero é definido:

por um complexo de traços, ou seja, pelo sistema de relações entre conteúdos, formas, papéis discursivos, atos linguísticos, etc. A análise do gênero requer também a definição dos diversos códigos expressivos que aparecem no texto (imagem em movimento reproduzida cinematograficamente, imagem fixa, imagem em movimento produzida eletronicamente, música, ruído, etc.), bem como suas inter-relações (WOLF, 1984, p. 190, tradução nossa⁴⁵).

Dessa forma, a identificação de um gênero televisivo vai além do próprio conteúdo textual, estendendo-se às práticas relacionadas tanto à transmissão quanto à recepção. O gênero desempenha um papel crucial ao orientar a compreensão do texto, fornecendo pistas e sugestões plausíveis. O gênero ajuda os telespectadores a reconhecerem e categorizarem os programas televisivos de acordo com suas experiências anteriores e expectativas em relação aos gêneros, o que influencia a forma como interpretam e compreendem esses bens culturais. Em outras palavras, o gênero atua como um guia interpretativo, fornecendo orientações e pistas para que os telespectadores possam compreender e apreciar os programas de acordo com as convenções e expectativas construídas para aquele gênero ao longo da história da mídia.

Para Martín-Barbero (2015), um gênero também deve ser analisado mediante o contexto nacional em que se insere já que está atrelado à programação televisiva, que, por sua vez, “responde a uma configuração cultural, a uma estrutura jurídica de funcionamento da televisão, a um grau de desenvolvimento da indústria televisiva nacional, e a alguns modos de articulação com a transnacional” (p. 304). Daí a importância de relacionar gênero com questões industriais de produção.

Ao estudar os gêneros da TV, Mittell (2004, 2017) afirma que é preciso ampliar a investigação para os enunciados em torno de uma obra, mapeando as articulações com os contextos culturais: “um gênero não é apenas um espaço reservado para os textos que categoriza, pois a própria categoria carrega um conjunto de suposições e significados que impactam a forma como usamos o termo e pensamos sobre os programas a que se refere” (MITTELL, 2017, p. 82, tradução nossa⁴⁶). O autor argumenta que um gênero pode ser lido como um articulador cultural. Ou seja, gênero não é apenas uma categorização neutra, mas, sim, uma construção cultural carregada de valores, convenções e expectativas compartilhadas.

⁴⁵ Do original: “por un complejo de rasgos, esto es, por el sistema de relaciones entre contenidos, formas, roles discursivos, actos lingüísticos, etc. El análisis del género exige, además, que se definan los diversos códigos expresivos que aparecen en el texto (imagen en movimiento reproducida cinematográficamente, imagen fija, imagen en movimiento producida electrónicamente, música, ruidos, etc.) así como sus interrelaciones”.

⁴⁶ Do original: “a genre is not just an empty placeholder for the texts it categorizes, as the category itself bears a cluster of assumptions and meanings impacting how we use the term and think about the programs it refers to”.

As definições e características atribuídas a um determinado gênero moldam a maneira como interpretamos e nos relacionamos com os programas televisivos associados a ele.

Assim, ao considerar o gênero como uma categoria cultural, entendemos que se refere a uma característica que vai além da simples classificação textual, permeando nossa compreensão e experiência dos programas televisivos. As noções pré-concebidas sobre um gênero específico afetam nossas expectativas em relação aos programas, nossas preferências e até mesmo nossa interpretação dos elementos narrativos, estilísticos e temáticos presentes. Portanto, olhar o gênero como categoria cultural é reconhecer que as classificações não são apenas rótulos descritivos, mas carregam consigo um conjunto de pressupostos e significados culturais que moldam nossa relação com os programas televisivos e influenciam a forma como os compreendemos.

O tema de uma série é igualmente importante no entendimento não apenas do eventos narrativos de uma história, mas também a moral da história. Sobre o quê se conta? Quais são as bandeiras e ideologias levantadas a partir dessa história? Mungioli (2006) explica que o tema não é criação exclusiva do autor e, por isso também, está relacionado com o gênero:

A escolha temática e o acabamento temático denotam não apenas a “vontade” individual de um artista, nem decorrem de sua apreciação (individual) artística do mundo; ao contrário, refletem e refratam as diversas mediações implicadas na composição de uma obra artística (MUNGIOLI, 2006, p. 71).

Dessa forma, a autora relaciona o tema ao gênero cultural. Apesar de considerar gênero como uma forma estável, algo diferente em Mittell (2004), a autora argumenta que ambos aspectos da obras estão “imbricados de maneira constitutiva e orgânica” (MUNGIOLI, 2006, p. 71). Para entender o tema de uma obra, Mungioli (2006) busca inspiração no conceito de função social de Candido (1965), pois considera que toda obra artística tem determinado fim:

a função social independe da vontade ou da consciência dos autores, ou dos consumidores (...). Decorre da própria natureza da obra, da sua inserção no universo dos valores culturais e do seu caráter de expressão, coroada pela comunicação. Mas quase sempre, tanto os artistas quanto o público estabelecem certos desígnios conscientes, que passam a formar camadas de significação da obra. O artista quer atingir determinado fim; o auditor ou leitor deseja que ele lhe mostre um determinado aspecto da realidade (CANDIDO, 1965, p. 55-56).

Mungioli (2006) acredita que o conceito de função social nos auxilia a compreender quais temáticas estão dispostas em tela, pois são elas que carregam traços da realidade cotidiana: “é o tratamento temático que articula os programas de televisão às realidades

cotidiana e histórica que envolvem os telespectadores” (p. 78). Consoante a essa ideia, Robert McKee, em sua obra clássica sobre o roteiro no cinema, “Story” (2013), define a relação de uma obra com o espectador a partir da substância da história. Para o autor, a substância é como uma energia que se sente, mas é intangível. Como guia para roteiristas ele explica que

[p]ara entender a substância da estória e como ela age, você precisa visualizar seu trabalho de dentro para fora, a partir do centro de seu personagem, olhando para o mundo *lá fora* pelos olhos do personagem. Para adentrar esse ponto de vista subjetivo e altamente imaginativo, você precisa observar atentamente a criatura que pretende habitar, um *personagem*. Ou, mais especificamente, um *protagonista*. Pois apesar do protagonista ser um personagem como qualquer outro, sendo o papel central e essencial, ele encarna todos os aspectos do personagem em termos absolutos (MCKEE, 2013, p. 136, grifos do autor).

Ou seja, para conhecer o tema de uma história é preciso compreender o personagem, aquilo que o move. McKee (2013) prefere usar o termo “ideia governante” ao invés de tema, pois essa expressão nomeia a raiz de uma história e pressupõe uma função:

o filme deve definitivamente ser moldado em apenas uma ideia. Isso não quer dizer que a estória pode ser reduzida a uma rubrica. Muito mais é captado pela rede da estória além do que é expresso em palavras - sutilezas, subtextos, conceitos, duplos significados, riquezas de todos os tipos. Uma estória transforma-se em um tipo de filosofia viva, que o público capta por inteiro, em um instante, sem um pensamento consciente - uma percepção casada com sua experiência de vida (MCKEE, 2013, p. 118).

Para o autor, uma ideia governante possui duas implicações: valor e causa. O valor é o traço da sociedade/realidade que está em jogo no mundo daquela história: justiça, amor, ódio, felicidade, etc. A causa é aquilo que move o personagem, a função operada por ele - ou por sua circunstância, sociedade ou ambiente - que faz com que esse valor seja colocado em questão ao longo da trama.

Como exemplo de ideia governante, McKee (2013) cita o filme *Feitiço do Tempo* (*Groundhog Day*, 1993), que conta a história de um arrogante meteorologista de um canal de televisão que fica preso em uma espécie de túnel do tempo, condenado a reviver indefinidamente o mesmo dia. A ideia governante dessa obra é: “a felicidade preenche nossas vidas quando aprendemos a amar incondicionalmente” (MCKEE, 2013, p. 120). A frase abarca tanto o valor ‘felicidade’ quanto a busca do personagem principal, alcançada no clímax da trama: a mudança de atitude através do amor incondicional.

A importância do perfil do personagem principal e suas buscas também foi notada por Mittell (2015) na construção das histórias para a televisão. “Quase todo escritor de televisão de sucesso apontará o personagem como o ponto focal de seu processo criativo e como eles

medem o sucesso - se você pode criar personagens atraentes, então cenários e histórias envolventes provavelmente seguirão o exemplo” (p. 60, tradução nossa⁴⁷). O autor sugere que o espectador se envolve com o personagem a partir de processos mais complexos do que uma simples identificação. Ele se apoia nos estudos de Smith (1995) para revelar que o engajamento com os personagens acontece a partir de um sistema de três práticas: reconhecimento, alinhamento e aliança.

Smith (1995) chama esse sistema de “estrutura de simpatia”:

Nem o reconhecimento, nem o alinhamento, nem a aliança implicam que o espectador replique as características ou experimente os pensamentos, ou emoções de um personagem. Reconhecimento e alinhamento exigem apenas que o espectador entenda que esses traços e estados mentais compõem o personagem. Com a aliança vamos além da compreensão, avaliando e respondendo emocionalmente aos traços e emoções do personagem, no contexto da situação narrativa (SMITH, 1995, p. 85, tradução nossa⁴⁸).

O “reconhecimento” refere-se ao processo pelo qual o espectador constrói a percepção e compreensão de um personagem a partir de uma série de elementos textuais apresentados na obra audiovisual. Esses elementos estão geralmente centrados em torno da imagem física do corpo do personagem, retratado como um agente humano individualizado e contínuo ao longo da narrativa. No ato de reconhecimento, o espectador identifica o personagem como um ser distinto e atribui-lhe características e atributos específicos com base nas informações fornecidas pelo texto. Essas informações podem incluir a aparência física, ações, falas, motivações, relacionamentos e trajetória do personagem ao longo da narrativa.

O “alinhamento” diz das conexões emocionais e cognitivas que os espectadores estabelecem com os personagens, tanto dentro do mundo da história quanto em um nível parassocial fora dele. Ele é influenciado pela forma como uma obra de ficção audiovisual gerencia e controla as informações que os espectadores recebem e as experiências que eles têm em relação aos personagens. Alinhamento também ocorre em um nível parassocial fora do mundo da história. Isso se refere às interações imaginárias e investimentos emocionais que os espectadores têm com os personagens fora do contexto ficcional.

⁴⁷ Do original: “Nearly every successful television writer will point to character as the focal point of their creative process and how they measure success — if you can create compelling characters, then engaging scenarios and storylines will likely follow suit”.

⁴⁸ Do original: “Neither recognition nor alignment nor allegiance entails that the spectator replicate the traits, or experience the thoughts or emotions of a character. Recognition and alignment require only that the spectator understand that these traits and mental states make up the character. With allegiance we go beyond understanding, by evaluating and responding emotionally to the traits and emotions of the character, in the context of the narrative situation”.

O termo “aliança” se relaciona com a avaliação moral que os espectadores fazem dos personagens com os quais se alinham emocionalmente. A aliança ocorre quando os espectadores sentem uma afinidade com as crenças e ética dos personagens, se solidarizando com suas perspectivas e valores. Sentimos uma conexão moral com suas escolhas e ações, e compartilhamos de sua visão de mundo. A aliança é um elemento crucial para o engajamento do espectador, pois quando nos identificamos moralmente com um personagem, nos preocupamos com seu destino e nos importamos com o desenrolar de sua história. Vale ressaltar que a aliança pode variar entre diferentes espectadores, pois cada indivíduo possui sua própria estrutura de valores e crenças (SMITH, 1995).

Em resumo, o engajamento da audiência é influenciado por todas as características e ações do personagem. Portanto, é essencial pensar no perfil e buscas dos personagens principais das histórias transmitidas em plataformas de *streaming*. Nesse sentido, iremos analisar os diversos aspectos dessas histórias para compreender melhor as estratégias de interação com o público a que são direcionadas.

3. DELIMITAÇÕES DA PESQUISA E QUESTÕES SOBRE O MÉTODO

Ao olharmos atentamente para cada produção original Globoplay e Netflix, poderemos conhecer, classificar e analisar os caminhos encontrados por ambos portais para conquistar e manter audiências e de que forma esses conteúdos se assemelham ou se diferenciam das telenovelas da TV Globo. Sendo assim, nesse trabalho pretendemos traçar um paralelo entre as produções da Globoplay em contraponto com as produções de Netflix comissionadas majoritariamente com elenco e técnicos brasileiros, cujas histórias se passam em território nacional. Nosso corpus é composto por produções em série ficcionais, incluindo séries, telenovelas e minisséries.

Nossa escolha por analisar tais produtos se dá a partir da avaliação de que a oferta de conteúdo exclusivo nos portais é estratégia chave dos serviços de assinatura:

O conteúdo de propriedade própria, portanto, pode conferir valor a longo prazo, o que difere substancialmente dos modelos anteriores de distribuição de conteúdo construídos sobre um período inicial de exclusividade e revenda em vários mercados. Também dificulta a aplicação das métricas de sucesso construídas para a televisão linear (LOTZ, 2017, p. 44, tradução nossa⁴⁹).

⁴⁹ Do original: “Self-owned content thus can confer long-term value, which differs substantially from previous content distribution models built upon an initial period of exclusivity and resale through multiple markets. It also makes metrics of success built for linear television difficult to apply”.

Sendo assim, nosso foco é observar os maiores produtores de conteúdo original para SVOD em solo nacional, sendo eles a Globoplay e a Netflix. Ainda que a Netflix não seja um parâmetro absoluto para a atuação de outros SVODs que vieram depois dele, é inegável que sua atuação traga tensões aos mercados onde atua, inclusive por ser pioneira no ramo. Ademais, o contraste entre um serviço nacional e outro global enriquece a análise no sentido de apurar também as questões locais e globais presentes nessas produções.

Para essa análise buscamos inspiração na “análise industrial cultural integrada”, proposta por Caldwell (2008). Sua abordagem se desenha em quatro módulos: análise econômica e industrial; análise textual de artefatos de comércio ou trabalhadores; entrevistas com trabalhadores de cinema/televisão; e observação de campo etnográfica de espaços de produção e encontros profissionais. Por questões de abrangência do campo dos estudos da mídia e possibilidades investigativas, não faremos entrevistas e observação etnográfica e nos atentamos aos dois primeiros quesitos para nortear nosso estudo.

No entanto, ao invés de analisar documentos e comunicações entre os trabalhadores, abordaremos as obras através das suas estratégias de comunicabilidade. Esse passo da pesquisa está amparado na ideia de que a criatividade das obras do audiovisual perpassa pelas condições de trabalho e tecnologia dos profissionais envolvidos na elaboração dos produtos (CALDWELL, 2008). Sendo assim, ainda que não prossigamos com uma pesquisa mais aprofundada das narrativas, podemos traçar certos paralelos entre a autoria dos conteúdos e os atravessamentos culturais em tela.

Com relação à indústria, observamos os seguintes aspectos:

- a. atuação industrial
- b. autoria de conteúdo
- c. quantidade e extensão dos produtos

O primeiro ponto se relaciona com a atuação mercadológica de cada portal frente à audiência, tipo de receita e a estratégia de conteúdo. O segundo ponto considera a autoria dos produtos. Quem produziu? Como se deu a configuração da sala de roteiristas? Nesse item, questões de gênero e representatividade fora das telas são consideradas. Por último, seguimos a uma análise quali-quantitativa para abordar o volume de produção de cada portal.

Em seguida, prosseguiremos a uma análise das obras a partir de três pontos nodais no sentido de revelar as interações culturais propostas nestas obras, que foram arquitetadas por equipes de produção e escrita e, por conseguinte, comandadas pelo posicionamento de marca

das empresas. O nosso olhar para as obras não se dá a partir de uma análise textual, tampouco se trata de uma análise de conteúdo ou do discurso. Nosso objetivo é nos apoiar nas estratégias de comunicabilidade desses títulos ancoradas em:

- d. o tema central de cada trama
- e. o gênero cultural da obra
- f. o perfil dos protagonistas

Nosso objetivo não é analisar se esses elementos tornaram a narrativa mais ou menos inteligível, complexa e articulada ou quais efeitos foram programados a partir desses elementos. Também não nos preocuparemos com os impactos dessa ou daquela informação para a construção da narrativa em si. Nosso intuito é analisar o quantitativo da presença desses elementos no conjunto das obras do *corpus* na intenção de moldar um perfil dessas produções em solo brasileiro, confrontando a atuação da Globoplay e da Netflix. Existem indícios de padronização de interações culturais propostas para esse tipo de produto?

Também não pretendemos realizar um estudo intra-diegético das séries, analisando formatos e aspectos do *storytelling*, tampouco um estudo genérico dessas obras. Nosso foco é mapear interseções do mundo da história com a cultura local e o histórico cultural brasileiro. Dessa forma, poderemos realizar uma análise quali-quantitativa que nos mostre diversos aspectos culturais presentes nas obras.

Em primeiro lugar, analisar a diversidade de assuntos abordados nos clareia a relação desses com o equilíbrio que é muitas vezes exigido entre questões locais e globais e nos auxilia a compreender se a Globoplay também tem buscado esses parâmetros. Em segundo lugar, buscamos obter um panorama do gênero que os portais atribuem a essas obras e de que forma eles atendem aos objetivos de marca do portal. Essa leitura é dada de antemão pelos portais na descrição dos títulos. No entanto, como já dissemos, isso acontece de forma diferente na Globoplay e na Netflix. A primeira classifica seus conteúdos a partir de gêneros canônicos e a segunda, por *tags* mais explicativas. Nossa intenção é traçar um paralelo para encontrar quais as formas mais recorrentes de contar uma história, seja ela qual for.

Por fim, o perfil dos personagens principais nos permite identificar questões de representatividade dentro das histórias e indicam a temática através de suas buscas pessoais. Ora, se um protagonista movimenta a trama, é justo atentarmos para quem são esses personagens e quais bandeiras sociais estão sendo levantadas, ainda que não explicitamente.

Essa pesquisa está limitada às produções originais da Globoplay e da Netflix e compreende toda a atuação desses SVODs em território nacional desde sua criação até 31 de maio de 2023, data do lançamento do final da segunda temporada de *Todas as Flores* e da série mais recente do portal *Os Outros*. Assim, analisamos 22 séries/minisséries de ficção lançadas pela Globoplay e 24 pela Netflix a saber:

Originais de ficção Globoplay:

1. Além da Ilha
2. Assédio
3. Ilha de Ferro
4. Shippados
5. Aruanas
6. A Divisão
7. Eu, a Vó e a Boi
8. Sessão de Terapia (quarta e quinta temporadas)
9. Arcanjo Renegado
10. Todas as Mulheres do Mundo
11. Desalma
12. As Five
13. Filhas de Eva
14. Onde Está Meu Coração
15. Segunda Chamada (Segunda Temporada?)
16. Rensga Hits!
17. Rota 66
18. Encantado's
19. Sob Pressão (quinta temporada)
20. Turma da Mônica - A série
21. Todas as Flores
22. Os Outros

Originais de ficção Netflix (Brasil):

1. 3%
2. O Mecanismo
3. Samantha!

4. Coisa Mais Linda
5. Irmandade
6. Ninguém Tá Olhando
7. O Escolhido
8. Sintonia
9. Boca a Boca
10. Bom Dia, Verônica
11. Onisciente
12. Reality Z
13. Spectros
14. Cidade Invisível
15. Temporada de Verão
16. De Volta aos 15
17. A Sogra Que Te Pariu
18. Maldivas
19. Só Se For Por Amor
20. Nada Suspeitos
21. O Cangaceiro do Futuro
22. Todo Dia a Mesma Noite
23. Olhar Indiscreto
24. Sem filtro

Dessa forma, o primeiro passo dessa pesquisa foi a assistência repetitiva dos conteúdos. Nesse primeiro momento, nossa atenção ficou voltada para o perfil dos protagonistas e quais eram suas principais buscas dentro da história. Ao compreender essas trajetórias, foi possível detectar os temas explorados em cada trama. É possível que outros olhares sobre os mesmos objetos possam identificar temáticas diferentes, mais ou menos compatíveis com a que encontramos, devido às inferências encontradas ao longo da narrativa. Por isso, aqui buscamos uma caracterização mais ampla, que possa abarcar várias nuances sobre um mesmo assunto. Assim, foi possível compilar dados para as tabelas 1, 3, 6, 7, 8, 9, 10 e 11.

No segundo momento, pesquisamos a plataforma em seus diversos dispositivos para preencher as informações de gêneros e *tags* estabelecidas para cada título. Compilando assim parte das tabelas 1, 3, 6 e 9. Em seguida, assistimos a todo conteúdo de forma rápida, nos

atentando para as informações dispostas em tela por meio de caracteres que mostravam a autoria dos conteúdos, tanto os profissionais envolvidos na obra quanto as produtoras responsáveis por aquele conteúdo. Assim finalizamos o preenchimento das tabelas já mencionadas e criamos as tabelas 2 e 4. Para compilar os dados da tabela 5, buscamos informações nos sites das produtoras envolvidas na autoria desses conteúdos.

Com as tabelas em mãos, realizamos diversas contagens e associações entre os dados encontrados para traçar um “mapa” da produção brasileira do *streaming* nesses dois portais.

4. ANÁLISES - CONSTRUINDO O MAPA DO *STREAMING* NO BRASIL

Esse capítulo se divide em duas seções. A primeira, 4.1, contém as análises das obras a partir dos aspectos que incidem sobre a indústria do audiovisual brasileiro e que não se relacionam diretamente com a história contada em tela. São eles: atuação industrial, autoria dos conteúdos e quantidade e extensão dos produtos. A segunda seção, 4.2, faz uma análise das propostas de interação das obras a partir dos seus: tema central, gênero cultural e perfil dos protagonistas.

4.1 AS FORMAS DE PRODUÇÃO NO/DO BRASIL

Iniciamos nossa análise a partir das questões mercadológicas envolvidas no *corpus*. Nessa seção, vamos abordar a atuação industrial dos portais Globoplay e Netflix, a autoria dos conteúdos em análise e o volume de produção.

4.1.1 Globoplay

Tabela 1. Obras originais Globoplay

Séries de Ficção Originais Globoplay									
#	Ano	Título	Produtora	Criadores	Showrunner / Direção Artística	Head writer	EP S	Gêneros	Roteiristas
1	2018	Além da Ilha	Estúdios Globo / Multishow / Floresta		André Weller		10	Comédia / Mistério	André Rodrigues, Maristela Mattos, Thais Falcão, Ulisses Mattos, Andrea Batitucci, Rosana Hermann
2	2018	Assédio	O2 Filmes / Estúdios Globo	Maria Camargo	Amora Mautner		10	Drama	Maria Camargo, Pedro de Barros, Fernando Rabelo, Bianca Ramoneda
3	2018- 2019	Ilha de Ferro	Estúdios Globo	Max Mallnan, Adriana Lunardi	Afonso Poyart	Supervisão: Mauro Wilson	12 / 10	Ação / Drama	Max Mallman, Adriana Lunardi, Bráulio Mantovani, Mauro Wilson
4	2019	Shippados	Estúdios Globo		Patrícia Pedrosa		12	Comédia / Romance / Jovem Adulto	Alexandre Machado, Fernanda Young
5	2019/ 2021	Aruanas	Maria Farinha Filmes/ TV Globo / Estúdios Globo	Estela Renner, Marcos Nisti	Carlos Manga Jr., Andre Felipe Binder	Supervisão: Carolina Kotscho	10 / 10	Drama	Estela Renner, Marcos Nisti, Pedro de Barros, Carolina Kotscho, Augusto Canani
6	2019- 2020	A Divisão	AfroReggae Audiovisual/ Hungry Man / A Fábrica / Multishow		Direção-Geral: Vicente Amorim	Supervisor: Gustavo Bragança / Texto Final: Vicente Amorim, Rafael Spíndola	5 / 5	Ação / Policial	Gustavo Bragança, José Luiz Magalhães, Rafael Spíndola, Aurélio Aragão, Erik de Castro, Fernando Toste, Vicente Amorim
7	2019	Eu, a Vó e a Boi	Estúdios Globo	Miguel Falabella / Ideia original:	Paulo Silvestrini		6	Comédia	Miguel Falabella, Flavio Marinho, Ana Quintana

				Eduardo Hanzo					
8	2019/ / 2021	Sessão de Terapia (Quarta e Quinta Temporadas)	Globoplay / GNT / Moonshot Pictures	Hagai Levi		Roteiro Final: Jaqueline Vargas	35 / 35	Drama	Jaqueline Vargas, Emilio Boechat, Ricardo Inhan, Marília Toledo, Luh Maza, Ana Luiza Savassi, Ana Reber, Cadu Machado, Drika Nery
9	2020 / 2022	Arcanjo Renegado	Globoplay / Multishow / AfroReggae Audiovisual / Hungry Man / Paranoid / Prodigo	José Júnior		Texto final: José Júnior, Gabriel Maria / Roteirista chefe: Rafael Spíndola/ Roteirista chefe: Gabriel Maria	10 / 10	Ação / Policial	Rafael Spíndola, Debora Guimarães, Gabriel Maria, José Júnior, José Luiz Magalhães, Felipe Sholl, Isabela Aquino, Thiago Amendoeira, Gustavo Rademacher, Bárbara Veloso
10	2020	Todas as Mulheres do Mundo	Estúdios Globo	Ideia original: Domingos de Oliveira, Maria Ribeiro	Patrícia Pedrosa		12	Comédia / Romance	Jorge Furtado, Janaína Fischer
11	2020- 2021	Desalma	Estúdios Globo	Ana Paula Maia	Carlos Manga Jr.		10 / 10	Drama / Sobrenatur al	Ana Paula Maia
12	2020 / 2023	As Five	Estúdios Globo / Gullane	Cao Hamburger			10 / 8	Drama / Jovem Adulto	Cao Hamburger, Vitor Brandt, Jasmin Tenucci, Luna Grimberg, Francine Barbosa, Ludmila Naves, Maiara de Paula, Maíra Motta
13	2021	Filhas de Eva	Estúdios Globo	Adriana Falcão, Jô Abdu, Martha Mendonça, Nelito Fernandes	Leonardo Nogueira	Redação Final: Martha Mendonça	12	Drama	Adriana Falcão, Jô Abdu, Martha Mendonça, Nelito Fernandes, Maria Clara Mattos

14	2021	Onde Está Meu Coração	Estúdios Globo/ Gullane	George Moura, Sérgio Goldenberg	Luisa Lima		10	Drama	George Moura, Sérgio Goldenberg, Laura Rissin, Matheus Souza
15	2021	Segunda Chamada (Segunda Temporada)	Estúdios Globo / O2 Filmes	Carla Faour, Júlia Spadaccini, Jô Bilac	Joana Jabace		6	Drama	Carla Faour, Júlia Spadaccini, Dino Cantelli, Giovana Moraes, Maíra Motta, Marcos Borges
16	2022	Rensga Hits!	Globoplay / Glaz Entretenimento	Denis Nielsen, Carolina Alckmin		Redação Final: Renata Corrêa	8	Drama / Musical / Comédia	Renata Corrêa, Bia Crespo, Nathalia Cruz, Victor Rodrigues, Otavio Chamorro
17	2022	Rota 66	Globoplay / Boutique Filmes	Maria Camargo, Teodoro Poppovic	Philippe Barcinski	Redação Final: Maria Camargo	8	Drama / Policial	Teodoro Poppovic, Déo Cardoso, Mariah Schwartz, Philippe Barcinski, Felipe Sant'Angelo, Guilherme Freitas
18	2022	Encantado's	Estúdios Globo	Renata Andrade, Thaís Pontes	Henrique Sauer	Redação Final: Antonio Prata, Chico Mattoso	11	Comédia	Antonio Prata, Chico Mattoso, Renata Andrade, Thaís Pontes
19	2022	Sob Pressão (Quinta Temporada)	Estúdios Globo / Conspiração Filmes	Luiz Noronha, Cláudio Torres, Renato Fagundes, Jorge Furtado, Mini Kert (ideia original)	Andrucha Waddington	Escrita por: Lucas Paraízo	12	Drama / Médico	André Sirangelo, Márcio Alemão, Flávio Araújo, Pedro Rigueti
20	2022	Turma da Mônica - A série	Globoplay, Biônica Filmes, Maurício de Souza Produções	Mariana Zatz, Marina Maria Iorio, Mauro D'Addio, Daniel Rezende			8	Infantil, Aventura, Infantojuv enil	Mariana Zatz, Marina Maria Iorio, Mirtes Santana, Mauro D'Addio

21	2022-2023	Todas as Flores	Estúdios Globo		Carlos Araujo	Autor: João Emanuel Carneiro	45/40	Drama	Daisy Chaves, Eliane Garcia, Vincent Villari
22	2023	Os Outros	Estúdios Globo	Fernanda Torres		Escrita por: Lucas Paraízo	12	Drama	Lucas Paraízo, Fernanda Torres, Flavio Araujo, Pedro Riguetti, Bárbara Duvivier, Thiago Dottori e Bruno Ribeiro

Tabela elaborada a partir de dados coletados pela autora do texto no portal Globoplay.

Atuação industrial

Nessa seção faremos pontuações com relação à Globoplay que a diferem de um serviço comum de SVOD. Hoje, a plataforma mescla produtos originais, do seu canal de TV linear e títulos licenciados. Também há uma mistura entre receitas da TV aberta e dos assinantes e seu público primordial são os brasileiros, dentro e fora do país. Nossa análise por enquanto se foca nesses três quesitos para começar a compreender esse SVOD.

Globoplay é um serviço ligado às Organizações Globo que possui outros canais de TV, empresa de produção cinematográfica, estúdios, entre outros negócios no ramo de mídia. O SVOD pode, então, ser enquadrado no que Amanda Lotz (2017) chama de integração vertical, que acontece quando grande parte do conteúdo de um SVOD se dá a partir de conteúdo já exibido em canais de TV aberto ou fechado, ou mesmo no cinema. Isso acontece porque o grupo empresarial produziu aquele conteúdo em outro momento e possui os direitos autorais e patrimoniais das obras, ou parte deles, o que facilita a negociação para que esse produto esteja presente em seu catálogo.

Ser um SVOD de integração vertical implica em dois outros fatores de operação industrial. O primeiro deles é a possibilidade de se distanciar da dependência histórica da publicidade para compor suas receitas, assim como ocorreu nos Estados Unidos (LOTZ, 2017). No entanto, o grupo Globo ainda tem a publicidade como principal meio de sustento. Números recentes divulgados pelo Valor Econômico⁵⁰ apontam que o faturamento da Globo teve aumento no último ano na casa dos 5%, sendo 8% de publicidade. O destaque está na publicidade digital, que avançou 33% sobre o balanço feito em 2021. Esses números apontam que, muito provavelmente, a Globo vai continuar apostando no modelo de anúncios pagos.

O segundo fator é o modo de operação estar intrinsecamente conectado com a atuação dos demais canais de mídia. Por exemplo, no começo de sua existência, a Globoplay não possuía conteúdo original, ou seja, que foi pensado exclusivamente para exibição no portal. O catálogo era composto de conteúdos ficcionais já exibidos na Rede Globo e material jornalístico. Em 2016, porém, a Globo fez um experimento de gênero e de exibição com a série *Supermax*.

A emissora era ‘marinheira de primeira viagem’ no horror e a crítica foi pesada com relação à história contada pelo diretor José Alvarenga⁵¹. Mas a experiência que nos interessa

⁵⁰ Disponível em:

<<https://valor.globo.com/empresas/noticia/2023/03/28/globo-tem-alta-na-receita-e-lucra-r-125-bi-sembarreira.ghml>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

⁵¹ Ver críticas sobre a série disponíveis em:

<<https://www.omelete.com.br/terror/supermax-por-que-a-serie-de-terror-nao-deu-certo-na-globo>>, <<https://veja.abril.com.br/cultura/supermax-termina-como-um-dos-maiores-fiascos-da-globo/>> e

aqui é a de exibição, pois foi a primeira vez que a Globoplay disponibilizava todos os episódios de um conteúdo antes de ir ao ar na TV Globo. Porém, um detalhe fez qualquer maratonista desistir do conteúdo antes mesmo de começar a vê-lo: o último episódio só estaria disponível após ir ao ar na telinha. Em outras palavras, o assinante Globoplay que começou a assistir o primeiro episódio em 20 de setembro de 2016, quando a série foi disponibilizada no portal e teve o primeiro episódio exibido no canal aberto, precisou esperar até 13 de dezembro daquele ano para ver o último episódio quando fosse ao ar na Rede Globo. O link com a TV aberta seguiu inquebrável e, talvez, esse tenha sido mais um problema da falta de aceitação do público com relação a essa série⁵².

A ideia de romper com a lógica da maratona permanece até os dias atuais para a Globoplay. Em uma postagem nas redes sociais, ao comentar sobre futuros lançamentos da plataforma, Erick Brêtas, diretor de Mídias Digitais do Grupo Globo, profetizou o fim do *binge watching* escrevendo: “A era do binge watching está acabando. Todos de uma vez será exceção, não regra. E só para conteúdos com poucos episódios”⁵³. Esse movimento já pode ser visto na forma como o portal lançou *Todas as Flores*, por exemplo. O conteúdo foi disponibilizado semanalmente, cinco episódios por vez, com uma pausa de dois meses entre a primeira e a segunda temporadas. Algo parecido ocorreu com *Os Outros*, série mais recente do portal, com dois episódios lançado semanalmente a partir de 31 de maio de 2023.

Outras conexões continuam a ser feitas entre Globoplay e TV Globo. A programação linear é utilizada para promover a Globoplay em programas e intervalos comerciais⁵⁴. Em outros momentos, vários episódios de uma série ficam disponíveis no aplicativo antes da exibição na TV. A novela *Verdades Secretas 2* foi disponibilizada primeiro na Globoplay e então fez-se uma reedição do conteúdo para exibição no canal aberto⁵⁵. Há ainda a Sessão Globoplay, que exibe um ou mais episódios de uma série no canal de TV para “chamar” o

<<https://observatoriodatv.uol.com.br/critica-de-tv/supermax-faz-temporada-corajosa-mas-peca-pelo-excesso>>.

Acesso em: 28 jun. 2023.

⁵² Ver mais em:

<<https://agora.folha.uol.com.br/show/2016/09/1814260-globo-disponibiliza-capitulos-de-series-em-aplicativo.shtml>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

⁵³ Disponível em: <https://twitter.com/bretas_erick/status/1647304882519457793?s=20>. Acesso em: 28 jun. 2023.

⁵⁴ Veja notícia sobre peças de publicidade para divulgar o *reality show Big Brother Brasil 2023* na Globoplay veiculada na TV Globo e canais a cabo em:

<<https://telaviva.com.br/12/01/2023/sabrina-sato-e-paulo-vieira-estrelam-campanha-do-globoplay-para-o-bbb-23/>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

⁵⁵ Ver mais em:

<<https://gshow.globo.com/novelas/verdades-secretas/noticia/verdades-secretas-2-estreia-em-versao-exclusiva-para-a-tv-aberta-dia-4-de-outubro-veja-imagens.ghtml>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

público a ver o restante da história no portal⁵⁶. As duas temporadas de *Aruanas* (2019-2021) foram exibidas também na TV aberta após disponibilizadas no portal.

Em se tratando do público, é notório o engajamento da Globo para com os brasileiros, até pelos motivos históricos, culturais e sociais que mencionamos no capítulo um. Um cuidado especial se vê na divulgação da Globoplay para esse público. Para promover a série *Aruanas*, por exemplo, foram feitos vários eventos internacionais de lançamento, em busca do público brasileiro que mora fora do país. Pegando o gancho na urgência mundial em proteger a floresta Amazônica, fortemente atacada na gestão 2019-2022 da presidência do Brasil, a produção da série contou com parceria técnica do Greenpeace e outras ONGs relevantes no cenário da proteção ambiental mundial⁵⁷.

A intenção de promover a Globoplay para o público brasileiro no exterior estava atrelada a uma reorganização dos negócios internacionais do grupo Globo. O incentivo a assinar o SVOD veio conectado, por exemplo, ao fim do canal fechado Globo Internacional em 2021. Dos 43 países europeus em que estava disponível, apenas Portugal continua recebendo o sinal via cabo ou satélite⁵⁸.

O portal Globoplay hoje está disponível nos Estados Unidos, Canadá, Austrália, Japão e em diversos países da Europa: Alemanha, Áustria, Bélgica, Dinamarca, Espanha, Finlândia, França, Grécia, Irlanda, Itália, Luxemburgo, Noruega, Países Baixos (Holanda), Portugal, Reino Unido (Escócia, Inglaterra, Irlanda do Norte e país de Gales), Suécia e Suíça. Para esses países há apenas a opção de contratar o acervo do catálogo. A programação ao vivo da emissora só está disponível para os assinantes em território nacional⁵⁹.

Dessa forma, observa-se que, nas Organizações Globo, a audiência de uma empresa de mídia está disseminada e dispersa por entre os vários públicos que possui. Parece ser uma estratégia industrial que eles se retroalimentem por entre todo o entretenimento que o grupo oferece. Assim como as receitas, que ora vêm da publicidade, ora dos assinantes, mas permanecem como algo em conjunto com as diversas empresas.

⁵⁶ A Sessão Globoplay substituiu o Cine Globoplay, que possuía o mesmo intuito de promover o *streaming*. Ver mais em: <<https://natelinha.uol.com.br/televisao/2018/07/03/para-promover-streaming-globo-lanca-a-sessao-de-filmes-cine-globoplay-118071.php>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

⁵⁷ A série também foi lançada com legendas em 11 idiomas e ficou disponível no site que não existe mais <aruanas.tv>, parceiro do Vimeo. Ver detalhes em: <<https://gshow.globo.com/series/aruanas/noticia/aruanas-tera-lancamento-global-em-mais-de-150-paises-com-alerta-sobre-a-amazonia.ghml>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

⁵⁸ Ver mais em: <<https://www.estadao.com.br/estadao-verifica/globo-deixa-europa-continua-streaming/>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

⁵⁹ Informação oficial disponível em: <<https://ajuda.globo.com/s/article/O-Globoplay-esta-disponivel-no-exterior>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

Essa reestruturação dos negócios do Grupo Globo começou a ser desenvolvida em 2021. Denominada “UmaSóGlobo”, o projeto é reformular a atuação e dar ênfase em conteúdo e tecnologia. A primeira fase foi unificar quatro companhias: TV Globo, Globosat, Globoplay e Globo.com na intenção de otimizar o *know-how* de cada componente, simplificar a estrutura corporativa e transformar o grupo numa “*media tech*”. Nesse ínterim, uma das estratégias é “aproveitar melhor a capacidade que o conteúdo produzido pela Globo tem de atrair e reter a atenção do público fora de seu meio original, em um momento no qual a disputa pelo tempo do consumidor nunca foi tão acirrada” (ROSA, 2021).

Ainda falando sobre aspectos industriais, nos cabe um olhar mais atento à formação do catálogo da Globoplay, uma vez que seu público é, primordialmente, o brasileiro. No início, como já dissemos, o *streaming* fornecia conteúdos já exibidos na TV Globo, além de conteúdos jornalísticos. Em pouco tempo, a programação linear foi integrada ao *streaming*, sendo possível, então, que o usuário assistisse ao que estava sendo exibido ao vivo pela Globo e outros canais a cabo do grupo. Aos poucos, novas parcerias com estúdios e produtoras estrangeiras foram compondo o catálogo com séries e filmes de diversos países⁶⁰. Outras parcerias também foram feitas para recheiar o catálogo. Em maio de 2022, a Globo anunciou integração com o SVOD Starzplay. A assinatura “combo” custava R\$35,80 ao mês⁶¹.

A Globo, no entanto, começou a produzir conteúdo original para Globoplay apenas em 2018, com *Além da Ilha*. De lá para cá, no total 22 conteúdos foram produzidos em solo brasileiro e estão disponíveis na plataforma com o selo “Original Globoplay”. Um dos mais recentes, *Todas as Flores* (2022-2023) foi anunciado como a primeira novela do *streaming*. O experimento da Globoplay se alia ao movimento de oferecer conteúdo inédito e atrativo para seus assinantes. Como aconteceu durante a pandemia, a telenovela, sucesso de audiência, entra em cena para alavancar vendas e trazer soluções. Mesmo que tenha sido adaptada ao novo formato de temporadas, a disponibilização do conteúdo segue, de certa forma, a linha de quantidade limitada de episódios semanais.

Os serviços que se propõem a ser globais precisam ponderar a criação de conteúdo pensando diversas forças, inclusive geográficas e culturais, para orientar sua atuação. Globoplay, por outro lado, não necessita equilibrar essas tensões em seus conteúdos originais justamente por atender ao público brasileiro, uma única nacionalidade, ainda que diversa.

⁶⁰ Ver mais em:

<<https://veja.abril.com.br/cultura/alem-de-hollywood-filmes-da-europa-e-oriente-medio-para-ver-no-globoplay/>>

. Acesso em: 28 jun. 2023.

⁶¹ Ver mais em:

<<https://extra.globo.com/economia-e-financas/globoplay-starzplay-fecham-parceria-25507437.html>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

Essa audiência está, inclusive, habituada à forma de contar da Globo devido à vasta produção do canal aberto.

Por outro lado, o acesso aos dados dos usuários também favorece o grupo Globo na criação de conteúdo. Segundo Rosa (2021), “[c]erca de 110 milhões de IDs permitem à Globo obter, diariamente, mais de 10 bilhões de registros do que os usuários fazem nas propriedades digitais da empresa”. Medida que fornece informações de seus assinantes ainda mais apurados do que os números de audiência trazidos por institutos de pesquisa de mercado que há anos nutrem as organizações Globo de informações sobre sua audiência. Nesse sentido, possivelmente, o conteúdo original também é construído levando esses aspectos em consideração.

Ao observarmos os créditos das séries e ao realizarmos uma assistência sistemática aos conteúdos, pudemos observar algumas pistas sobre o financiamento das obras disponíveis na Globoplay. Em apenas um dos títulos, *A Divisão* (2019-2020), aparece a logomarca da Ancine como fonte de recursos para realização da obra. Em pelo menos seis títulos, quando o usuário aperta o botão de pausar o conteúdo, aparece em tela um anúncio, tanto no aplicativo pelo celular quanto pelo computador (Figuras 1 e 2). Ou seja, a plataforma aproveita um momento de pausa voluntária do usuário para preencher com conteúdo de anunciantes. Veja nas imagens abaixo que há também um botão para retirar a propaganda:

Figuras 1 e 2. Anúncios em Globoplay

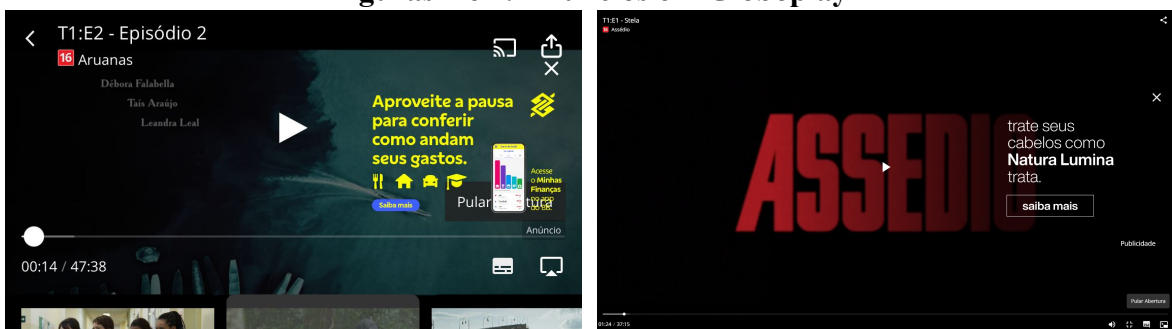


Figura 1: Anúncio em Globoplay no aplicativo pelo celular / Reprodução

Figura 2: Anúncio em Globoplay no navegador pelo computador / Reprodução

Pudemos constatar essa ocorrência de anúncios em *Assédio* (2018), *Aruanas* (2019-2021), *Todas as Mulheres do Mundo* (2020), *Onde Está Meu Coração* (2021), *Segunda Chamada* (2021) e *Todas as Flores* (2022-2023). Essa é mais uma prova de que a Globo continua a conquistar os anunciantes também para o SVOD.

Autoria dos conteúdos

Globoplay lançou, entre 2018 e 2023, 22 títulos com o selo Original Globoplay. Um fato precisa ser esclarecido de início sobre esses conteúdos: apesar de levarem a marca “original”, muitas vezes essas séries não são exclusivas do SVOD. Muitos títulos foram exibidos nos canais fechados do Grupo Globo ou mesmo na TV aberta após essa disponibilização online. Pelo menos um outro título do portal, que também leva o selo original, *Theodosia* (2022), apenas é exclusivo do portal, no entanto, o conteúdo foi produzido na França e, portanto, não se encaixa em nosso *corpus*. Original, no caso dessa tese, significa que eles foram produzidos em solo nacional com equipe e elenco brasileiros e apenas lançados primeiro na plataforma de *streaming* antes de qualquer exibição na TV linear. Além disso, consideramos que três títulos tiveram apenas algumas temporadas produzidas para lançamento no portal, são eles: quarta e quinta temporada de *Sessão de Terapia* (2019-2021), segunda temporada de *Segunda Chamada*, e quinta temporada de *Sob Pressão* (2022). Em anos anteriores, essas séries foram lançadas na TV linear primeiro.

Para a produção das séries, foram contratadas 14 produtoras diferentes, mas todos os títulos tiveram participação ou foram totalmente produzidas pelo Grupo Globo, seja por Estúdios Globo, ou por algum canal de TV fechado que também pertence ao grupo, como Multishow e GNT. Ou, ainda, Globoplay aparece como apresentadora do conteúdo em outros cinco títulos, como mostra a Tabela 3.

Tabela 2. Produtoras Globoplay

#	Ano	Título	Produtora
1	2018	Além da Ilha	Estúdios Globo / Multishow / Floresta
2	2018	Assédio	O2 Filmes / Estúdios Globo
3	2018 / 2019	Ilha de Ferro	Estúdios Globo
4	2019	Shippados	Estúdios Globo
5	2019 / 2021	Aruanas	Maria Farinha Filmes/ Estúdios Globo
6	2019/ 2020	A Divisão	AfroReggae Audiovisual/ Hungry Man / A Fábrica / Multishow
7	2019	Eu, a Vó e a Boi	Estúdios Globo
8	2019 / 2021	Sessão de Terapia (T4 e T5)	Globoplay / GNT / Moonshot Pictures
9	2020 / 2022	Arcanjo Renegado	Globoplay / Multishow / AfroReggae Audiovisual / Hungry Man / Paranoid /

			Prodigo
10	2020	Todas as Mulheres do Mundo	Estúdios Globo
11	2020 / 2021	Desalma	Estúdios Globo
12	2020 / 2023	As Five	Estúdios Globo / Gullane
13	2021	Filhas de Eva	Estúdios Globo
14	2021	Onde Está Meu Coração	Estúdios Globo/ Gullane
15	2021	Segunda Chamada (T2)	Estúdios Globo / O2 Filmes
16	2022	Rensga Hits!	Globoplay / Glaz Entretenimento
17	2022	Rota 66	Globoplay / Boutique Filmes
18	2022	Encantado's	Estúdios Globo
19	2022	Sob Pressão (T5)	Estúdios Globo / Conspiração Filmes
20	2022	Turma da Mônica - A série	Globoplay, Biônica Filmes, Maurício de Souza Produções
21	2022/ 2023	Todas as Flores	Estúdios Globo
22	2023	Os Outros	Estúdios Globo

Tabela elaborada a partir de dados coletados pela autora do texto no portal Globoplay.

A predominância em produzir conteúdo com equipe própria foi confirmada pelo próprio diretor-geral da Globo, Carlos Henrique Schroder. Em entrevista com jornalistas, Schroder explica que

[t]roca é fundamental. Não imaginamos reduzir nossa relação com parceiros externos (Conspiração, O2, Gullane, Maria Farinha), mesmo aumentando a nossa capacidade de produção. É claro que aumentamos a supervisão, a curadoria sobre este conteúdo, que tem a marca da Globo (STYCER, 2019).

Ou seja, a parceria com outras produtoras é articulada cuidadosamente, de forma a ter uma coordenação por parte dos diretores de todo conteúdo que traz a marca do Grupo, que sempre investiu pesado na produção de telenovelas. Existe um arcabouço estrutural e de saber-fazer que seria obviamente utilizado para os produtos originais Globoplay. Um exemplo disso foi a criação de um novo estúdio, MG4, inaugurado em 2019, cujo investimento foi de 207 milhões de reais. Durante a apresentação do complexo para a imprensa, os executivos explicaram que esse estúdio, além de mais moderno, daria mais espaço para a produção, inicialmente, das novelas da TV aberta (STYCER, 2019).

Mas quem são as produtoras de conteúdo seriado ficcional da Globoplay? Os Estúdios Globo aparecem como responsáveis por ou co-produtoras em 16 títulos: *Além da Ilha* (2018), *Assédio*, *Ilha de Ferro* (2018-2019), *Shippados* (2019), *Aruanas*, *Eu, a Vó e a Boi* (2019),

Todas as Mulheres do Mundo, *Desalma* (2020-2021), *As Five* (2020-2023), *Filhas de Eva* (2020), *Onde Está Meu Coração* e a segunda temporada de *Segunda Chamada*, *Encantado's* (2022), quinta temporada de *Sob Pressão*, *Todas das Flores* e *Os Outros*. Globoplay, como já mencionado, apresenta cinco títulos: *Sessão de Terapia*, *Arcanjo Renegado* (2020-2022), *Rota 66* (2022), *Hensga Hits!* (2022) e *Turma da Mônica - A Série* (2022). O Multishow é realizador em *Além da Ilha*, *A Divisão* e *Arcanjo Renegado* (2020-2022). E o canal GNT aparece como realizador de *Sessão de Terapia*.

Com relação às produtoras independentes, a Globoplay firmou parceria com 15 produtoras diferentes. São elas:

- Floresta: *Além da Ilha*
- O2 Filmes: *Assédio* e *Segunda Chamada*;
- Maria Farinha Filmes: *Aruanas*;
- Moonshot Pictures: *Sessão de Terapia*;
- AfroReggae Audiovisual: *A Divisão* e *Arcanjo Renegado*;
- Hungry Man: *A Divisão* e *Arcanjo Renegado*;
- A Fábrica: *A Divisão*
- Paranoïd: *Arcanjo Renegado*;
- Prodigo: *Arcanjo Renegado*;
- Gullane: *As Five*, *Onde Está Meu Coração*;
- Glaz Entretenimento: *Rensga Hits!*;
- Boutique Filmes: *Rota 66*;
- Conspiração Filmes: *Sob Pressão*;
- Biônica Filmes: *Turma da Mônica - A Série*;
- Maurício de Souza Produções: *Turma da Mônica - A Série*.

Dessas parcerias, muitas já haviam sido estabelecidas entre a produtora e as Organizações Globo antes do lançamento da Globoplay. Apenas Moonshot Pictures, Paranoïd, Glaz Entretenimento, Biônica Filmes e Maurício de Sousa Produções não contrataram com o Grupo Globo antes da parceria com Globoplay⁶². A Floresta já havia produzido programas para a TV Globo, GNT, Globo News e Multishow. A O2 Filmes também tem longa parceria, tendo produzido séries, filmes e documentários com a Globo Filmes, TV Globo, GNT e

⁶² Essas informações foram retiradas dos sites oficiais das produtoras e, portanto, podem ter sofrido atualizações ao longo do tempo. Isso significa que, em anos anteriores, é possível que essas produtoras tenham, sim, feito parcerias com as Organizações Globo.

Globo News. A Maria Farinha produziu uma série documental para o programa Caldeirão do Huck, da TV Globo, em 2013. Afroreggae já produziu com Multishow. Hungry Man com GNT e Multishow. Gullane com TV Globo e Multishow. Boutique Filmes com TV Globo e GNT. E a Conspiração já havia trabalhado com Globo Filmes, GNT, Multishow, TV Globo e Globo. Todas as produtoras estão estabelecidas no eixo Rio de Janeiro - São Paulo, sendo que a Conspiração tem uma sede em Minas Gerais, na cidade de Betim. Hungry Man, Afroreggae Audiovisual e Gullane contrataram mais de uma vez com o *streaming*, as três com dois títulos no portfólio.

Com esses números em mãos, focamos nosso olhar para a autoria dos conteúdos. A Tabela 1 nos mostra os nomes envolvidos na elaboração dos roteiros de cada série e pudemos constatar que oito nomes se repetem nessa lista de 104 roteiristas.

- Maria Camargo: *Assédio e Rota 66*
- Pedro de Barros: *Assédio e Aruanas*
- José Luiz Magalhães: *A Divisão e Arcanjo Renegado*
- Rafael Spíndola: *A Divisão e Arcanjo Renegado*
- Máira Motta: *As Five e Segunda Chamada*
- Flávio Araújo: *Sob Pressão e Os Outros*
- Pedro Rigueti: *Sob Pressão e Os Outros*
- Lucas Paraízo: *Sob Pressão e Os Outros*

Nessa lista há apenas duas mulheres e todos os profissionais foram contratados duas vezes. Assim como acontece certa diversidade em produtoras parceiras, os nomes envolvidos também são diversificados e revelam informações sobre o próprio mercado audiovisual brasileiro: os profissionais não são empregados fixos das produtoras. Maria Camargo, por exemplo, trabalhou com a produtora O2 Filmes em *Assédio* e, com a Boutique Filmes, assinou a redação final de *Rota 66*. Pedro de Barros, por sua vez, escreveu *Assédio* com O2 Filmes e *Aruanas* com Maria Farinha Filmes. O mesmo ocorreu com Máira Motta, que esteve na equipe de roteiristas de *As Five*, com a Gullane, e *Segunda Chamada*, com O2 Filmes. Já José Luiz Magalhães e Rafael Spíndola fizeram parte da mesa equipe em *A Divisão e Arcanjo Renegado*. Flávio Araújo, Pedro Rigueti e Lucas Paraízo podem ter trabalhado para duas produtoras diferentes, pois, pelas informações disponíveis nos episódios não é possível identificar se em *Sob Pressão*, eles estavam contratados pelos Estúdios Globo ou pela Conspiração Filmes. Já em *Os Outros*, como apenas aparece os Estúdios Globo como produtora, certamente os três trabalharam para a empresa do Grupo.

Se olharmos esses 104 nomes e dividirmos entre gêneros, podemos observar que as contratações estão levemente desequilibradas. São 49 escritoras mulheres contra 55 homens. Se olharmos para a formação de cada equipe de escritores, apenas sete títulos têm maioria feminina no time de roteiristas: *Além da Ilha*, *Sessão de Terapia*, *Desalma*, *As Five*, *Filhas de Eva*, *Segunda Chamada* e *Hensga Hits!*. Desses títulos, apenas um é protagonizado por um personagem homem (*Sessão de Terapia*, por Selton Mello).

Com relação à formação de salas de roteiristas, oito títulos têm maioria mulher na equipe, todos classificados como dramas, com exceção de *Além da Ilha*, que é comédia e mistério, e *Turma da Mônica - A série*, que é infantil, aventura e infantojuvenil. São cinco séries com número equivalente de roteiristas homens e mulheres na sala: *Assédio*, *Shippados*, *Todas as Mulheres do Mundo*, *Encantado's* e *Todas as Flores*. Os dois últimos têm coordenação masculina dos roteiros. Esses títulos são classificados como drama e/ou comédia. São nove conteúdos com maioria masculina na sala. Entre esses há dramas, mas há também ação, policial, comédia e médico. A formação das salas revela certo equilíbrio entre a presença de homens e mulheres na escrita das obras. É curioso que as salas com maioria mulher só escreveram dramas. É preciso investigações futuras para estabelecer se isso é um padrão. De qualquer forma, pode ser um indício de um *modus operandi* que se apoia em roteiristas mulheres para esse gênero.

Das indicações de supervisão de roteiro, autor, escrita por, texto final ou redação final, apenas cinco séries têm o comando de escrita de uma mulher, são elas *Aruanas*, *Sessão de Terapia*, *Filhas de Eva*, *Hensga Hits!* e *Rota 66*. Nas séries *A Divisão* e *Sob Pressão* não havia nenhuma mulher na sala de roteiro. As duas temporadas de *Desalma* foram escritas apenas por uma mulher, Ana Paula Maia, e esta foi a única vez que não existiu nenhum homem como roteirista na sala. Dez títulos não possuem essa indicação nos créditos em tela.

Dezoito das 22 séries da Globoplay possuem indicação de criador do conteúdo. Ao todo, seis títulos foram criados por mulheres, seis por homens e seis tinham um time equilibrado em gênero. Dos títulos criados por mulheres, apenas um teve sala de roteiristas com maioria masculina (*Os Outros*), e em dois havia igualdade na sala (*Assédio* e *Encantado's*). *Sessão de Terapia* foi criada por um homem, Hagai Levi, no entanto, esse é o autor da ideia original da série israelense. Esse título tem sala com maioria feminina. Dos demais cinco títulos propostos por homens, todos têm maioria masculina na sala de roteiristas.

Esses dados nos mostram que, apesar de os números gerais apontarem uma aparente igualdade entre escritores e escritoras, homens e mulheres têm participações diferentes na composição das equipes de escrita das obras na Globoplay. A maioria dos textos possui um

time comandado por homens ou têm homens em sua maioria numérica. Os títulos propostos por mulheres tendem a ter sala de roteiristas equilibrados (dois) ou com maioria feminina (cinco). Já os propostos por homens, apenas *As Five* tem maioria feminina na sala. De toda forma, existe um equilíbrio na proposição de títulos, não tendo uma dominância masculina ou feminina na criação de ideias. Vale um destaque para *Os Outros*, que foi proposta e parcialmente escrita por Fernanda Torres, conhecida atriz e escritora brasileira, filha de Fernanda Montenegro, um verdadeiro ícone da dramaturgia no Brasil.

Quantidade e extensão dos produtos

A produção da Globoplay não é vasta em quantidade ou em tempo o suficiente para encontrarmos um padrão que defina sua atuação. O podemos dizer é que a maioria dos conteúdos criados entre 2018 e 2023 têm o gênero dramático como principal. São 14 títulos de drama, cinco comédias, dois de ação e policial e um infantil. Ao longo dos seis anos de produção de originais, o ano com maior número de títulos lançados foi 2022, com cinco séries e uma novela. O ano de 2018 começou tímido, com apenas três títulos. 2019 e 2020 se equiparam com cinco e quatro títulos respectivamente. 2021 apresenta uma queda na produção com o lançamento de apenas três títulos. Um dos fatores dessa baixa produtividade está provavelmente associada com as restrições impostas pela pandemia de Covid-19. Dos sete títulos com mais de uma temporada, três deles foram produzidos em anos não subsequentes (*Aruanas*, *Sessão de Terapia* e *As Five*), os demais foram produzidos em anos consecutivos (*Ilha de Ferro*, *A Divisão*, *Desalma* e *Todas as Flores*)

No total, foram lançados 402 episódios, uma média de 67 por ano⁶³. O destaque vai para os 85 episódios de *Todas as Flores*, com 45 e 40 episódios na primeira e segunda temporadas, respectivamente. O segundo conteúdo com maior número de episódios é *Sessão de Terapia*, com 35 episódios em cada uma das duas temporadas. Esse alto número de episódios pode ser explicado porque a série é baseada em uma obra estrangeira. Dessa forma, foi preciso seguir o padrão da história original, em que cada episódio mostra um paciente em tratamento psicológico. Assim, o arco da temporada abarca sete episódios com cada um dos cinco pacientes, e, portanto, 35 episódios no total. *Eu, a Vó e a Boi* tem menor extensão, com apenas seis episódios. A maioria das séries, 12, teve apenas uma temporada.

⁶³ Nessa contagem consideramos o lançamento de todos os 12 episódios da série *Os Outros*, que, no momento da escrita dessa tese, ainda não foram disponibilizados em sua totalidade pelo portal, mas têm previsão de lançamento até 07 de julho de 2023.

4.1.2 Netflix

Tabela 3. Obras originais Netflix

Séries de Ficção Originais Netflix									
#	Ano	Título	Produtora	Criadores	Showrunner / Direção Artística	Head writer	EPS	Gêneros	Roteiristas
1	2016-2020	3%	Boutique Filmes	Pedro Aguilera		Roteiro Final: Pedro Aguilera	8 / 10 / 8 / 7	Brasileiro / Série de Ficção científica / Programa sobre política	Cássio Koshikumo, Denis Nielsen, Ivan Nakamura, Jotagá Crema, Pedro Aguilera, André Sirangelo, Guilherme Freitas, Juliana Rojas, Teodoro Poppovic, Andrea Midori, Carol Rodrigues, Marcelo Montenegro, Natalia Maeda
2	2018-2019	O Mecanismo	Zazen Produções	Elena Soarez, José Padilha			8 / 8	Brasileiro / Séries policiais / Programa sobre política	Elena Soarez
3	2018-2019	Samantha!	Los Bragas	Felipe Braga		Roberto Vitorino	7 / 7	Brasileiro / Sitcoms / Comédia para a TV	Roberto Vitorino, Patricia Corso, Filipe Valerim Serra, Rafael Lessa, Lipe Fleury, Luiza Fazio
4	2019-2020	Coisa Mais Linda	Prodigo Films	Giuliano Cedroni, Heather Roth		Heather Roth	7 / 6	Brasileiro / Música / Dramas românticos para TV	Heather Roth, Giuliano Cedroni, Leonardo Moreira, Luna Grimberg, Patricia Corso, Cauê Laratta, Clara Déak, Chloe Gabriel, David Tennenbaum, Mariana Tesch, Carolina Nishikubo, Chloe de Sordi
5	2019-2022	Irmandade	O2 Filmes	Pedro Morelli		Leonardo Levis, Felipe Sant'Angelo	8 / 6	Brasileiro / Séries policiais / Séries dramáticas sobre questões sociais	Felipe Sant'Angelo, Iris Junges, Mirna Nogueira, Leonardo Levis, Francine Barbosa, Pedro Morelli, Tom Hamburger, Marcos Mester, Aly Muritiba, Claudia Alves, Maria Shu, Naná Xavier

6	2019	Ninguém Tá Olhando	Gullane	Daniel Rezende, Carolina Markowicz, Teodoro Poppovic		Mariana Trench, Mariana Zatz	8	Brasileiro / Séries de fantasia / Séries dramáticas	Mariana Trench, Mariana Zatz, Rodrigo Bernardo, David Tennenbaum, Fernando Fraiha, Leandro Ramos, Cauê Laratta, Felipe Sant'Angelo
7	2019	O Escolhido	Mixer Films	Pedro Pierano, Mauricio Katz			6 / 6	Brasileiro / Suspense para TV / Séries dramáticas	Carolina Munhóz, Raphael Draccon
8	2019-2022	Sintonia	Los Bragas, Gullane, Kondzilla	Kondzilla, Guilherme Quintella, Felipe Braga		Pedro Furtado, Guilherme Quintela, Denis Nielsen	6 / 6 / 6	Brasileiro / Séries policiais / Musica	Guilherme Quintella, Duda de Almeida, Thays Berbe, Thayná Mantesso, Denis Nielsen, Guilherme Freitas, Luíza Fazio, Fernanda Terepins, Donna Oliveira
9	2020	Boca a Boca	Gullane, Fetiche	Esmir Filho		Redação Final: Esmir Filho	6	Brasileiro / Séries de mistério / Séries teen	Esmir Filho, Juliana Rojas, Thais Guisasola, Jaqueline Souza, Marcelo Marchi
10	2020-2022	Bom Dia, Verônica	Zola Filmes	Raphael Montes			8 / 6	Brasileiro / Séries de mistério / Séries policiais	Raphael Montes, Ilana Casoy, Gustavo Bragança, Carol Garcia, Davi Kolb, Maria Shu
11	2020	Onisciente	Boutique Filmes	Pedro Aguilera		Roteiro Final: Pedro Aguilera	6	Brasileiro / Série de Ficção científica / Suspense para TV	Guilherme Freitas, Thais Fujinaga, Ludmila Naves, Maria Shu, Pedro Aguilera
12	2020	Reality Z	Conspiração Filmes				10	Brasileiro / Séries de Terror / Programas e séries brasileiras	Claudio Torres, João Costa, Tatiana Bacal, Rodrigo Monte, Eduardo Simeão

13	2020	Spectros	Moonshot Pictures, Great Neck Films	Douglas Petrie			7	Brasileiro / Séries de fantasia / Séries baseadas em livros	Douglas Petrie, Anderson Almeida, Antônio de Freitas, Michael Ruman, Janaína Tokitaka, Paula Knudsen
14	2021-2023	Cidade Invisível	Prodigo Films, Boipeba Films, Bottle Cap Productions,	Carlos Saldanha		Mirna Nogueira	7 / 5	Brasileiro / Séries policiais / Séries de fantasia	Mirna Nogueira, Rodrigo Batista, Ludmila Naves, Antonio Arruda, Regina Negrini, Felipe Sant'Angelo, Marcos Borges, Iris Junges, Luíza Fazio, Cassiano Prado, Fábio Leal, Leticia Fudissaku
15	2022	Temporada de Verão	Boutique Filmes, Ocean Films			Andrea Midori Simao	8	Brasileiro / Séries teen / Séries dramáticas	Rodrigo Batista, Natalia Piserni, Gabriel Jubé, Thiago Faelli, Alex Lee, Andrea Midori Simão
16	2022	De Volta aos 15	Glaz Entretenimento			Redação Final: Janaína Tokitaka, Renata Kochen	6	Brasileiro / Séries baseadas em livros / Séries teen	Janaína Tokitaka, Renata Kochen, Alice Marcone, Bryan Ruffo
17	2022	A Sogra Que Te Pariu	Os Suburbanos		Rodrigo Sant'anna	Redação Final: Rodrigo Sant'anna	10	Brasileiro / Sitcoms / Comédia para a TV	Denise Crispun, Felipe Flexa, Guilherme Henrique, Herton Gustavo Gratto, Junior Figueiredo, Leandro Figueiredo, Mariana Rebelo, Wagner Trindade
18	2022	Maldivas	O2 Filmes	Natalia Klein			7	Brasileiro / Séries de mistério / Séries dramáticas	Natalia Klein, Antonio Tibau, Ana Reber
19	2022	Só Se For Por Amor	Coração da Selva	Luciano Patrick		Jaqueline Vargas, Ana Reber	6	Brasileiro / Musica / Dramas românticos para TV	João Falcão, Luciano Patrick, Isabel Falcão, Fábio Montanari, Mário Viana, Bárbara Framil, Ricardo Inhan, Fernanda D'Umbra, Patrícia Corso, André Araújo, Alice Andreoli Hirata, Pedro Marques,

									Leticia Kamiguchi
20	2022	Nada Suspeitos	Glaz Entretenimento	Leandro Soares, César Rodrigues		Leandro Soares	9	Brasileiro / Séries de mistério / Séries policiais	Andrea Batitucci, Bryan Ruffo, César Amorim, Cris Wersom, Gabriel Flaksman, Pedro Tomé, Rodrigo Arruda
21	2022	O Cangaceiro do Futuro	Glaz Entretenimento	Halder Gomes		Chico Amorim	7	Brasileiro / Comédias para a TV / Programas e séries brasileiras	Chico Amorim, Halder Gomes, Leandro Muniz, Paulo Leierer, Clara Déak, Lucas Rosa, Marina Moraes
22	2023	Todo Dia a Mesma Noite	Morena Filmes	Gustavo Lipsztein		Gustavo Lipsztein	5 (mini)	Brasileiro / Séries baseadas em livros / Séries dramáticas sobre questões sociais	Gustavo Lipsztein
23	2023	Olhar Indiscreto	Mixer Films	Marcela Citterio			10 (mini)	Brasileiro / Séries de mistério / Séries policiais	Marcela Citterio, Marisia Milanesio, Claudia Morales, Camila Raffanti
24	2023	Sem Filtro	A Fábrica	João Paulo Horta		Redação Final: João Paulo Horta	10	Brasileiro / Comédias para a TV / Programas e séries brasileiras	João Paulo Horta, Natália Piserni, Pedro Emanuel, Máira Azevedo, João Niella, Magali Moraes, Luiza Conde

Tabela elaborada a partir de dados coletados pela autora do texto no portal Netflix.

Atuação Industrial

De locadora de DVDs nos Estados Unidos a produtora e distribuidora de conteúdos global. Essa é a história disruptiva da Netflix. Uma trajetória industrial, que provocou turbulência no mercado mundial de produção e distribuição de audiovisual. Em outro trabalho, comentamos como a empresa se destaca diante de outras do mesmo ramo:

Parte dessa estatura se dá porque, de forma inovadora, Netflix combina estratégias de audiência (aquela que vai gerar uma experiência do espectador), de aquisição de conteúdo (seja licenciando conteúdos de terceiros, seja produzindo conteúdo original) e de marketing. Essa combinação de estratégias leva a empresa a manter escritórios em cada um dos territórios nos quais atua, tanto para planejar campanhas de marketing exclusivas, quanto para licenciar conteúdos específicos. O comportamento de mercado da empresa se tornou uma espécie de modelo, o chamado “efeito Netflix”, cujos impactos ainda serão medidos, tanto economicamente quanto socialmente (ARANTES, 2021, p. 16).

Nessa seção não pretendemos retomar o que já foi dito anteriormente sobre o mercado dos SVODs no mundo, posto que muitas dessas características se aplicam à Netflix. Aqui, ressaltamos apenas alguns aspectos que marcam o serviço como atributos inéditos ou que estão mais avançados nesse portal.

Netflix se configura como um portal que produz conteúdo próprio e licenciado, obtém receitas por assinaturas mensais dos usuários e possui atuação em diversas partes do mundo. Hoje, o portal está presente em 190 países, com mais de 230 milhões de assinantes em todo o mundo⁶⁴. A empresa de capital aberto foi fundada por Reed Hastings e Ted Sarandos em 1997. E é com a receita proveniente das assinaturas que os conteúdos do catálogo são licenciados e produzidos.

Hoje a Netflix oferece várias opções de assinatura, que vão de “padrão com anúncios” a “premium”, com qualidade ultra HD. O plano mais barato inclui a inserção de comerciais na plataforma. Nessa modalidade, anúncios de 15 ou 30 segundos são exibidos antes e durante as séries e os filmes, resultando em uma média de 4 a 5 minutos de propagandas visualizadas por hora. A assinatura padrão oferece imagem full HD e opções para download (para assistir o conteúdo offline).

Diferentemente da Globoplay, a Netflix não possui um canal de TV aberto ou fechado que sustente as incursões digitais por meio de anúncios comerciais. A maioria do conteúdo disponível é licenciada de terceiros, mas há grande investimento em produtos originais.

⁶⁴ Ver mais em:

<<https://exame.com/invest/mercados/netflix-supera-expectativas-com-mais-de-230-milhoes-de-assinantes-no-mundo/>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

Apenas no Brasil, entre 2016 e 2023, foram lançados 24 títulos inéditos, produzidos com parceiros locais.

Uma das características centrais da Netflix é o discurso da diversidade. A marca se coloca como mastro das bandeiras das minorias, aqui entendidas como grupos que têm sido historicamente excluídos ou marginalizados do processo midiático no país, como negros, pessoas com deficiência, comunidade LGBTQIA+, entre outros. Bianchini e Camirim (2019) analisaram vídeos promocionais da Netflix e destacam que a ‘promessa de diversidade’ do portal está presente de três maneiras distintas:

A primeira delas se refere ao lugar de importância dado à noção de representatividade, como forma de mudar aspectos sociais. (...) A segunda está ligada a certa validação da experiência pessoal do espectador, ao encontrar um personagem que tenha passado por situações parecidas ou que apresente questões identitárias semelhantes. (...) Por fim, a última questão-chave é talvez a mais importante na construção de marca da Netflix: todos os vídeos, de uma forma ou de outra, apontam certa superioridade da plataforma em avançar as possibilidades de representações sociais na mídia (p. 164).

Assim, seguindo esse discurso de pluralidade, um dos objetivos de marca do portal é oferecer conteúdo de nicho, ou seja, diversificado o suficiente para atender a várias audiências. Para isso, molda cautelosamente seus conteúdos originais:

Uma característica tão básica quanto diferenciadora da produção original de Netflix é a utilização do Big Data, não só como fórmula de indexação, mas também os padrões de consumo dos usuários da plataforma são utilizados para decidir sobre a produção de suas séries originais. É por isso que Netflix utiliza o Big Data não apenas para decidir o tipo de conteúdo a ser produzido, mas também a maneira e os canais de sua promoção (TUÑÓN NAVARRO, GAMBARI, 2019, p. 42, tradução nossa⁶⁵).

Os primeiros conteúdos foram marcados pela supervisão rigorosa da trama, num alinhamento íntimo entre os dados recolhidos pelos assinantes e os objetivos globais da marca Netflix (JENNER, 2018). Em artigo publicado sobre o sistema utilizado pela empresa, os executivos escreveram sobre a intenção de atender a nichos de audiência:

Televisão pela internet é uma questão de escolha: o que assistir, quando assistir e onde assistir, em comparação com os sistemas lineares de transmissão e cabo que oferecem o que está sendo reproduzido atualmente em talvez 10 a 20 canais favoritos. (...) Ao mesmo tempo, um benefício da televisão pela internet é que ela pode carregar vídeos de um catálogo mais amplo, apelando a uma ampla gama de demografias e gostos, e incluindo

⁶⁵ Do original: “Una característica tan básica como diferenciadora de la producción original de Netflix es la utilización del Big Data, no solo como fórmula de indexación, sino que los patrones de consumo de los usuarios de la plataforma son utilizados para decidir acerca de la producción de sus series originales. Es por ello que Netflix utiliza el Big Data no solo para decidir la tipología de contenidos a producir sino también la manera y los cauces de la promoción de los mismos”.

títulos de interesse de nicho apenas para grupos de usuários relativamente pequenos (GOMEZ-URIBE, HUNT, 2015, p. 2. Tradução nossa⁶⁶).

Os autores mencionam nesse trecho o sistema de recomendação que foi, talvez, a maior disrupção com o mercado daquela época. O usuário do SVOD conta, a partir da Netflix, com um sistema que sugere incessantemente títulos que estão em consonância com a sua navegação dentro do portal, seguindo um esquema de nichos que busca manter o usuário através do seu gosto. A intenção é provocar duas sensações no assinante: a de que o portal conhece os seus gostos e a de que aquele portal possui diversos conteúdos que poderão agradá-lo (LOTZ, 2017; 2021; 2022). Ted Sarandos, diretor-executivo da Netflix, já chegou a afirmar que a plataforma tem uma visão de cada segundo da experiência de visualização dos seus assinantes (CURTIN, HOLT, SANSON, 2014).

Para isso, ao invés de basear a classificação dos conteúdos em gêneros canônicos, utiliza *tags*, ou etiquetas, para categorizar os conteúdos na biblioteca. Ou seja, na Netflix o usuário dificilmente vai encontrar um conteúdo que esteja descrito apenas como ‘drama’, mas, sim, “drama romântico”, “drama sobre questões sociais” ou “séries dramáticas” (veja a tabela dois). De acordo com Smith-Rowsey (2016), a classificação diferenciada gera uma instabilidade intencional, na medida em que o portal pode re-categorizar os conteúdos de acordo com o contexto, as transformações no mercado, no público e no tempo. O autor enxerga que esse é um aspecto central no modelo de negócios da Netflix, que não aciona diretamente gêneros historicamente pesquisados pela academia, como, por exemplo, o melodrama. A partir dessa constatação, Rocha, Silva e Arantes (2022) argumentam que existe um “trajeto de apagamento de gêneros bem pesquisados” na intenção de fortalecer o lugar da Netflix como “de autoridade na criação do gosto do usuário” (p. 172). A combinação entre dados de navegação dos usuários e esse sistema intencionalmente instável favorece uma recomendação talvez mais ágil e flexível para o consumidor e para a marca.

Em 2023, no entanto, Netflix anunciou seu primeiro melodrama, a série *Pedaço de Mim*, estrelada pelos atores Vladimir Brichta e Juliana Paes, conhecidos por trabalharem em inúmeras obras da TV Globo. A intenção, agora, é afastar-se da ideia da telenovela, não mais do melodrama.

A razão por trás disso tem dois principais motivos: a necessidade de querer que as produções se distanciem da imagem de novela, um produto consolidado pela TV aberta, principalmente a Globo, além de inventar títulos

⁶⁶ Do original: “Internet TV is about choice: what to watch, when to watch, and where to watch, compared with linear broadcast and cable systems that offer whatever is now playing on perhaps 10 to 20 favorite channels. (...) At the same time, a benefit of Internet TV is that it can carry videos from a broader catalog appealing to a wide range of demographics and tastes, and including niche titles of interest only to relatively small groups of users”.

que sejam mais fáceis de comercializar no mercado exterior. Por mais que exista tradução de “novela” para o inglês (*soap opera*), o gênero é visto como algo ultrapassado por existir há 70 anos e identificado como obras de capítulos intermináveis e de público majoritariamente feminino, do português claro: coisa de mulher. É dessa caricatura que os streamings buscam se afastar, para atrair o público masculino e se aproximar mais das séries e até doramas — que são mais curtas e estão em alta no momento, respectivamente (MIYASHIRO, 2023).

Miyashiro argumenta também que essa é uma tentativa de americanizar nossa forma de contar histórias, o que pode acarretar uma perda de identidade das nossas tramas. De qualquer maneira, a estratégia ainda parece continuar sendo o balanço entre aproximação e distanciamento da cultura local, tal qual concluímos em nossa dissertação (ARANTES, 2021).

Ainda sobre esse sistema de *tags*, vários “gêneros” podem ser atribuídos a um conteúdo, numa combinação única e agregadora de diversos nichos diferentes. A título de exemplo, a série *O Mecanismo* (2018-2019) possui a etiqueta “séries policiais” e também “programas sobre política”. Já *Irmandade* (2019-2022), que também possui a *tag* “séries policiais”, é também etiquetada como “séries dramáticas sobre questões sociais”, referência que é bem mais complexa do que o gênero canônico drama.

A partir dessa categorização mais ampla, Netflix forma comunidades de gosto em torno dos conteúdos do catálogo e afasta o portal das categorias demográficas que perduraram para a TV aberta por tanto tempo. Shawn Shimpach (2020) afirma que, ao invés de categorias como idade, gênero ou raça, os computadores da Netflix

associam gênero e qualidades textuais com afeto, tom e sentimentos. Estes são então combinados com os hábitos de cada espectador individual (o que você clica, o que você assiste e quanto, o que você assiste a seguir, etc.) para formar mais de 2.000 grupos de gostos definidos e coloca os espectadores em ‘comunidades de gostos’ (p. 03, tradução nossa⁶⁷).

Para além do sistema de recomendação, a Netflix trabalha o seu conteúdo também para atender a diversidade. Essa faceta da marca da empresa vai ao encontro de uma postura focada no liberalismo cultural, que abarca desde a temática humanista dos conteúdos originais, até a influência de políticas globais de não regulação dos SVODs. Evan Elkins (2021) argumenta que Netflix estabelece laços com atores políticos poderosos para incentivar a desregulamentação ao redor do mundo. Enquanto isso, sua marca promove a diversidade e se coloca como progressista para mascarar as intenções imperialistas da empresa.

⁶⁷ Do original: “associate genre and textual qualities with affect, tone, and feelings. These are then matched with each individual viewer’s habits (what you click on, what you watch and how much, what you watch next, etc.) to form more than 2,000 defined taste clusters”.

Por não obter um canal de TV linear próprio, muitas vezes a Netflix compra anúncios televisivos em emissoras onde atua. No Brasil, por exemplo, recentemente a Netflix fez comerciais em intervalos do *reality show Big Brother Brasil*, na Rede Globo, para promover *Mistério em Paris* (2023), filme estrelado por Adam Sandler e Jennifer Aniston. A edição 2023 do *reality* não obteve bons resultados junto ao público⁶⁸, mas em 2022, o *BBB* obteve a maior audiência da TV brasileira⁶⁹.

Outra ferramenta que serve aos propósitos de marca do portal é o YouTube. Em trabalho anterior (ARANTES, 2021), analisamos vídeos lançados nos canais Netflix Brasil e Netflix Latinoamérica para promover a série *Orange is the New Black* para o continente. Ao se utilizar de personalidades muito conhecidas pela audiência local, colocando-as em contato com as personagens da série americana, o portal busca uma aproximação cultural com o público latino ao mesmo tempo em que o afasta enquanto produtor de conteúdo. As personagens brasileiras estão a serviço da promoção da trama americana. Além disso, por tocarem em temas caros aos latinos e brasileiros, como as telenovelas, o funk e o humor digital, a Netflix também se aproxima da cultura de fãs, procurando para si a posição de ídola (ARANTES, 2021; HAVENS, 2018).

A maioria dos conteúdos da plataforma sugerem o incentivo à maratona, pois todos os episódios de uma temporada são geralmente disponibilizados ao mesmo tempo. Houve algumas exceções, como *Better Call Saul* (2015-2022), que, no Brasil, teve episódios lançados semanalmente. O crítico de TV, Lucas Nascimento (2019), assim como outros colegas, apostam no fim do *binge-watching* a partir desses movimentos, ainda tímidos, da Netflix. Segundo o autor, a estratégia da maratona perde força de mercado quando não é possível criar um diálogo com os fãs por um longo período, o que faz com que o assunto “morra” nas redes até o lançamento de uma nova temporada um ano mais tarde.

Negociar com a audiência e a regulamentação local é próprio de qualquer empresa que se disponha a atuar globalmente. No caso da Netflix, Lobato (2019) avalia que a empresa aprendeu a negociar no terreno acidentado de mercados caracterizados por diferenças fundamentais em gostos, valores, normas culturais, hábitos de visualização, níveis de renda e conectividade. Uma das estratégias é, com certeza, a contratação de equipes locais para

⁶⁸ Ver mais em:

<<https://www.uol.com.br/splash/noticias/2023/04/26/pior-audiencia-e-paredoes-flopados-numeros-do-desastre-d-o-bbb-23-para-globo.htm>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

⁶⁹ Ver mais em: <<https://exame.com/casual/como-o-bbb-se-tornou-a-maior-audiencia-da-tv-brasileira-em-2022/>>. Acesso em 28 jun. 2023.

elaboração de conteúdo original. Vejamos a seguir mais detalhes sobre a autoria das produções brasileiras da Netflix.

Autoria dos conteúdos

Entre 2016 e 2023, Netflix produziu 24 títulos com o selo “Original Netflix”. Todas as produções foram elaboradas por produtoras independentes sediadas no Brasil e teve em sua maioria equipe profissional brasileira.

Netflix iniciou sua trajetória timidamente. O primeiro conteúdo foi 3% (2016-2020), uma história cujo primeiro episódio foi gravado com recursos públicos, viralizou na internet e chamou a atenção dos executivos. Assim, toda a série foi regravada com recursos próprios da empresa e foi disponibilizada em 2016 para todos os países em que o portal está presente. Iniciava-se, assim, uma nova era para a produção local.

Tabela 4. Produtoras Netflix

#	Ano	Título	Produtora
1	2016-2020	3%	Boutique Filmes
2	2018-2019	O mecanismo	Zazen Produções
3	2018-2019	Samantha!	Los Bragas
4	2019-2020	Coisa Mais Linda	Prodigo Films
5	2019-2022	Irmandade	O2 Filmes
6	2019	Ninguém tá olhando	Gullane
7	2019	O escolhido	Mixer Films
8	2019-2022	Sintonia	Gullane, Los Bragas, Kondzilla
9	2020	Boca a boca	Gullane
10	2020-2022	Bom dia, Verônica	Zola Filmes
11	2020	Onisciente	Boutique Filmes
12	2020	Reality Z	Conspiração Filmes
13	2020	Spectros	Moonshot Pictures
14	2021-2023	Cidade Invisível	Prodigo Films
15	2022	Temporada de Verão	Boutique Filmes
16	2022	De Volta aos 15	Glaz Entretenimento
17	2022	A sogra que te pariu	Os Suburbanos

18	2022	Maldivas	O2 Filmes
19	2022	Só se For Por Amor	Coração da Selva
20	2022	Nada Suspeitos	Glaz Entretenimento
21	2022	O cangaceiro do futuro	Glaz Entretenimento
22	2023	Todo dia a mesma noite	Morena Filmes
23	2023	Olhar indiscreto	Mixer Films
24	2023	Sem filtro	A Fábrica

Tabela elaborada a partir de dados coletados pela autora do texto no portal Netflix.

Netflix estabeleceu contrato com 16 produtoras diferentes, sete delas se repetem nos seguintes conteúdos:

- Boutique Filmes: *3%*, *Onisciente* (2020) e *Temporada de Verão* (2022)
- Los Bragas: *Samantha!* (2018-2019) e *Sintonia* (2019-2022)
- Prodigio Films: *Coisa Mais Linda* (2019-2020) e *Cidade Invisível* (2021-2023)
- O2 Filmes: *Irmandade* (2019-2022) e *Maldivas* (2022)
- Gullane: *Ninguém Tá Olhando* (2019), *Sintonia* e *Boca a Boca* (2020)
- Mixer Films: *O escolhido* (2019) e *Olhar Indiscreto* (2023)
- Glaz Entretenimento: *De Volta aos 15* (2022), *Nada Suspeitos* (2022) e *O Cangaceiro do Futuro* (2022)

As produtoras que mais contrataram com Netflix foram a Boutique Filmes e Glaz Entretenimento, ambas com três títulos lançados. Vale notar que os três títulos da Glaz foram lançados no mesmo ano, em 2022. Enquanto isso, a Boutique vem firmando contratos desde o início das produções locais, com *3%* em 2016, até 2022, com *Temporada de Verão*. Portanto, uma parceria mais duradoura. Todas as produtoras contratadas são estabelecidas em São Paulo ou no Rio de Janeiro.

Para as 24 obras de ficção seriada lançadas pelo portal de 2016 a 2023, 148 profissionais de roteiro foram contratados. Nomeados como roteiristas, assistentes, redatores finais ou supervisores, foram ao todo 65 mulheres e 83 homens, ou seja, 43,9% da equipe geral foi composta por mulheres. Se focarmos equipe a equipe, dez séries tiveram maioria feminina na sala de roteiristas e três tiveram igualdade de gênero nessa formação. Apenas *O Mecanismo*, escrita unicamente por Elena Soarez, e *Olhar Indiscreto*, escrita a oito mãos femininas, não tiveram nenhum homem na equipe de roteiristas. *Todo Dia a Mesma Noite* foi

escrita inteiramente por um homem, Gustavo Lipsztein, no entanto, devemos lembrar que a série foi baseada no livro homônimo da jornalista Daniela Arbex.

Das 65 roteiristas mulheres contratadas, 12 foram re-contratadas em outras obras após participarem da primeira, são elas:

- Juliana Rojas: *3%*, *Boca a Boca*,
- Andrea Midori Simão: *3%*, *Temporada de verão*
- Patrícia Corso: *Samantha!*, *Coisa Mais linda*, *Só Se For Por Amor*
- Luiza Fazio: *Samantha!*, *Sintonia*, *Cidade Invisível*
- Clara Déak: *Coisa Mais Linda*, *O Cangaceiro do Futuro*
- Iris Junges: *Irmandade*, *Cidade Invisível*
- Mirna Nogueira: *Irmandade*, *Cidade Invisível*
- Maria Shu: *Irmandade*, *Onisciente*, *Bom Dia*, *Verônica*
- Ludmila Naves: *Onisciente*, *Cidade Invisível*
- Janaína Tokitaka: *Spectros*, *De volta aos 15*
- Natália Piserni: *Temporada de Verão*, *Sem Filtro*
- Ana Reber: *Maldivas*, *Só Se For Por Amor*

Patrícia Corso, Luiza Fazio e Maria Shu foram as que mais contrataram com Netflix, as três assinando três séries cada. Elas foram contratadas por produtoras diversas para realizar o trabalho, ou seja, são certamente contratadas por serviço, não sendo empregadas fixas de tal ou qual produtora.

Dos 83 homens contratados, sete foram re-contratados em ocasiões diferentes:

- Denis Nielsen: *3%*, *Sintonia*
- Pedro Aguilera: *3%*, *Onisciente*
- Guilherme Freitas: *3%*, *Sintonia*, *Onisciente*
- Cauê Laratta: *Coisa Mais Linda*, *Ninguém Tá Olhando*
- Felipe Sant'Angelo: *Irmandade*, *Ninguém tá olhando*, *Cidade Invisível*
- Rodrigo Batista: *Cidade Invisível*, *Temporada de verão*
- Bryan Ruffo: *De Volta aos 15*, *Nada Suspeitos*

Guilherme Freitas e Felipe Sant'Angelo foram os que mais vezes foram contratados, ambos com três títulos no currículo. Da mesma forma que as roteiristas femininas, eles também participaram de equipes formadas por produtoras diferentes.

Com relação à formação das salas de roteiro, 12 tinham maioria masculina, nove feminina e três com igualdade de gênero. Três desses títulos (*Coisa Mais Linda*, *Maldivas e Só Se For Por Amor*) foram apresentados com a chave poética do drama nas *tags* do portal. Seis títulos aparecem com redação final, *head writer* ou roteiro final assinado por uma mulher. Três deles (*Coisa Mais Linda*, *De volta aos 15* e *Só Se For Por Amor*) têm maioria feminina na sala de roteiro. Dois (*Ninguém Tá Olhando* e *Temporada de Verão*) têm maioria masculina e apenas *Cidade Invisível* tem igualdade de gênero na equipe de roteiristas. Onze conteúdos são chefiados por homens. Nessas salas, seis têm maioria masculina, quatro têm maioria mulher e um tem igualdade. Sete títulos não têm a indicação de autoria final do texto.

O que nos chama a atenção é, no entanto, a criação dos conteúdos. Das 24 séries, 16 foram criadas por homens. Ou seja, mais da metade (66,6%) dos títulos originais do Brasil na Netflix foram propostos por um ou um time de homens. Dois foram criados por mulheres (*Maldivas e Olhar Indiscreto*). Ambos têm maioria feminina na sala de roteiro. Dois por uma dupla de um homem e uma mulher: (*O Mecanismo* e *Coisa Mais Linda*). Ambos com maioria feminina na sala e *Coisa Mais Linda* teve roteiro final de responsabilidade de Heather Roth, uma roteirista americana. Quatro títulos não possuem essa informação. Dos oito títulos criados por ou com roteiro comandado por mulheres, a maioria deles (5) teve número maior de mulheres na composição das salas de roteiro.

Novamente alertamos para o fato de que são apenas 24 obras, com a contratação de menos de 150 roteiristas, o que nos impede de realizar um estudo quantitativo robusto e capaz de desvendar questões mais complexas. Apenas notamos que essas contratações indicam que menos mulheres tiveram oportunidade de trabalhar com a Netflix. Isso porque figuraram em menor número enquanto roteiristas, além de terem menos oportunidade de contar histórias por poucas atuarem como criadoras e redatoras finais das séries.

Além disso, elas foram re-contratadas mais vezes. Uma análise mais profunda no futuro poderá nos indicar se isso é uma tendência à formação de mão de obra do portal ou uma estratégia de valorizar os profissionais que deram bons resultados em trabalhos anteriores.

Quantidade e extensão dos produtos

No nosso recorte (ver tabela um), todos os conteúdos lançados pela Netflix possuem a indicação de se tratar de um conteúdo brasileiro. Isso acontece por dois motivos. O primeiro deles se dá em virtude do portal atuar em diversos países e, por isso, é importante localizar aquele conteúdo para seus assinantes. O segundo é para atender aos interesses de nicho dos

usuários, algo que se confirma quando, ao invés de reportar o gênero canônico daquele conteúdo, Netflix usa um sistema de etiquetas para situar o assunto daquela série.

A produção do portal também começou tímida em 2016, com apenas um título lançado. 2017 não teve nenhum lançamento inédito, apenas a segunda temporada de 3%. Dois conteúdos novos foram lançados em 2018 e em 2019 e 2020, foram cinco. A produção atingiu seu ápice em 2022, com sete conteúdos novos. Esse número representou uma retomada das produções pós-Covid-19, pois em 2021, apenas um novo título foi lançado. Até o fechamento desse *corpus*, três títulos foram lançados em 2023.

Ao todo, 261 episódios foram lançados em oito anos, o que significa uma média de 32,6 episódios/ano. A série com maior duração em episódios e temporadas foi 3%, com 33 episódios divididos em quatro temporadas, tendo sido lançados ao longo de cinco anos.

4.1.3 Globoplay *versus* Netflix

A indústria da mídia, assim como qualquer outra, possui sua forma de operar, suas receitas e despesas e também o público alvo de seus produtos. Globoplay e Netflix são serviços de vídeo sob demanda. Ambos possuem uma plataforma, um aplicativo no qual os assinantes têm acesso a um catálogo de produtos culturais audiovisuais mediante assinatura mensal ou anual. No Brasil, segundo dados da Bloomberg Línea⁷⁰, a Globoplay possui 30 milhões de assinantes, contra 15 milhões da Netflix (FLEISCHMANN, 2023)

Apesar de não ter o maior número de títulos, Globoplay possui uma massiva quantidade de episódios lançados ao longo dos anos: são 402 contra 261 do portal americano. Isso significa que lançou 54% mais episódios do que a Netflix. A média de episódios por ano lançados pela Globoplay também é maior: Globoplay lançou mais que o dobro de episódios por ano do que Netflix (67 contra 32,6). Esses números foram alavancados principalmente por dois títulos com enorme quantidade de episódios, a novela *Todas as Flores* e a série *Sessão de Terapia*, com 85 e 70 episódios, respectivamente, no espaço de apenas dois anos. Apesar de ter número de episódios superior à Netflix, a Globoplay lançou dois títulos a menos, mas em menos tempo.

A mesma quantidade de títulos, treze, não foi renovada pelos portais. Netflix ainda possui dois conteúdos nomeados como minisséries (*Todo Dia a Mesma Noite* e *Olhar*

⁷⁰ Disponível em:

<<https://www.bloomberglinea.com.br/2023/02/23/guerra-do-streaming-globoplay-desafia-netflix-pela-lideranca-do-mercado/>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

Indiscreto), o que significa que, muito provavelmente, não serão renovados para mais uma temporada.

Para as 46 séries lançados pelos dois portais, 23 produtoras diferentes foram contratadas. Oito se repetem, são elas:

- Boutique Filmes: *3%*, *Onisciente*, *Temporada de Verão*, *Rota 66*
- Prodigio Films: *Coisa Mais Linda*, *Cidade Invisível*, *Arcanjo Renegado*
- O2 Filmes: *Irmadade*, *Maldivas*, *Assédio*, *Segunda Chamada*
- Gullane: *Ninguém Tá Olhando*, *Sintonia*, *Boca a Boca*, *As Five*, *Onde Está Meu Coração*
- Conspiração Filmes: *Reality Z*, *Sob Pressão*
- Moonshot Pictures: *Spectros*, *Sessão de Terapia*
- Glaz Entretenimento: *De Volta aos 15*, *Nada Suspeitos*, *O Cangaceiro do Futuro*, *Hensga Hits!*
- A Fábrica: *A Divisão*, *Sem Filtro*

A campeã de contratos é a Gullane, com cinco títulos no portfólio. Os números revelam uma alternância não muito ampla de empresas contratadas para os projetos. A tabela abaixo indica outro fator relevante:

Tabela 5. Produtoras contratadas por canais e SVODs

Produtoras Contratadas					
#	Produtora	Sede	Antes do Streaming	Outras emissoras e plataformas	Depois do Streaming
1	A Fábrica	RJ	Multishow, GNT	Warner (Turner), Canal Brasil	Netflix, Prime, Globoplay
2	AfroReggae Audiovisual	RJ, SP	Multishow		Globoplay
3	Biônica Filmes	SP		HBO	Globoplay
4	Boutique Filmes	SP	TV Globo, GNT	Disney, Warner Channel Brasil, Universal Channel Brasil, History, H&H, Food Network, Discovery, HBO	Globoplay, Netflix, Prime
5	Conspiração Filmes	RJ, SP, MG	Globo Filmes, GNT, Multishow, TV Globo,	HBO, Fox, Discovery	Globoplay, Netflix, Prime

			Gloob		
6	Coração da Selva	SP	TV Globo, Globo Filmes	Fox, TV Cultura, HBO	Netflix
7	Floresta	SP	TV Globo, GNT, Globo News e Multishow	MTV, Record, Sony Pictures, Band, Discovery, H&H	Globoplay, Prime, Netflix
8	Glaz Entretenimento	SP			Globoplay, Netflix
9	Gullane	SP	TV Globo, Multishow	Canal Brasil, Universal Channel Brasil, Space, HBO, ESPN Brasil	Globoplay, Star+, Netflix
10	Hungry Man	SP	GNT, Multishow,	Nat Geo	Globoplay
11	Kondzilla	SP		Youtube	Netflix
12	Los Bragas	SP	Globo News, Globo Filmes	HBO, TNT, Warner Channel, Red Bull, YouTube	Netflix, Prime
13	Maria Farinha	SP	TV Globo	Youtube	Globoplay
14	Maurício de Souza Produções	SP		HBO	Globoplay
15	Mixer Films	SP	Gloob, Multishow, GNT	HBO, Fox, Nickelodeon, MTV, Sony, Comedy Central, Discovery	Netflix
16	Moonshot Pictures	SP		Universal Channel, TV Cultura, AXN/Sony	Globoplay, Netflix
17	Morena Filmes	RJ	GNT, Multishow		Netflix
18	O2 Filmes	RJ, SP	Globo Filmes, TV Globo, GNT, Globo News	Universal Channel, HBO, TNT	Globoplay, Netflix, Prime
19	Os Suburbanos	RJ	Multishow		Netflix
20	Paranoïd	SP		HBO	Globoplay
21	Pródigo	SP	Multishow, Globonews	HBO, A&E	Netflix
22	Zazen Produções	RJ		HBO, National Geographic, Canal Brasil	Netflix, Globoplay
23	Zola Filmes	RJ	GNT, SporTV	HBO	Netflix

Tabela elaborada pela autora com informações disponíveis nos sites das produtoras.

A Tabela 5 mostra que, das 23 produtoras contratadas, apenas sete não haviam feito algum tipo de trabalho em parceria com canais e empresas das Organizações Globo antes da chegada da Netflix e do lançamento da Globoplay. Dessas, apenas a Glaz Entretenimento também não tem em seu portfólio nenhuma obra para canais fechados. Seu background se baseia em comerciais e filmes. De todas as produtoras, apenas quatro não haviam trabalhado com outras emissoras do Grupo Globo antes de firmar parceria com os *streamings*. Seis delas também foram contratadas por Amazon Prime Video ou Star+, outros SVODs disponíveis no Brasil. O dado revela uma alternância entre essas produtoras que não se converte em real acesso a esses recursos por parte da indústria da mídia local. A partir disso, infere-se que os *streamings* preferem contratar com empresas mais experientes. Além disso, todas as produtoras contratadas têm sede estabelecida no eixo Rio de Janeiro-São Paulo.

Ao todo, 252 profissionais de roteiro foram contratados para a realização das 46 séries analisadas (114 mulheres e 138 homens). Esse número é baixo se considerarmos o mercado de trabalho de roteiro no Brasil. Existem hoje mais de 800 profissionais cadastrados na Associação Brasileira de Autores Roteiristas - ABRA⁷¹. Esse montante não representa a totalidade dos profissionais dessa área no país, apenas os que são representados por essa entidade, que é a porta-voz da categoria em território nacional. Tendo apenas esse número como base, isso significa que pouco mais de um quarto dos profissionais foram contratados para trabalhar com a Globoplay e a Netflix ao longo de quase oito anos.

14 nomes se repetem entre Globoplay e Netflix, sete homens e sete mulheres, são eles:

- André Sirangelo: 3%, *Sob Pressão*
- Guilherme Freitas: 3%, *Sintonia, Onisciente, Rota 66*
- Teodoro Poppovic: 3%, *Rota 66*
- Luna Grimberg: *Coisa Mais Linda, As Five*
- Felipe Sant' Angelo: *Irmandade, Ninguém tá olhando, Cidade Invisível, Rota 66*
- Francine Barbosa: *Irmandade, As Five*
- Mariana Zatz: *Ninguém Tá Olhando, Turma da Mônica - A Série*
- Gustavo Bragança: *Bom Dia, Verônica, A Divisão*
- Ludmila Naves: *Onisciente, Cidade Invisível, As Five*
- Marcos Borges: *Cidade Invisível, Segunda Chamada*
- Ricardo Inhan: *Só Se For Por Amor, Sessão de Terapia*
- Ana Reber: *Maldivas, Só Se For Por Amor, Sessão de Terapia*
- Jaqueline Vargas: *Só Se For Por Amor, Sessão de Terapia*

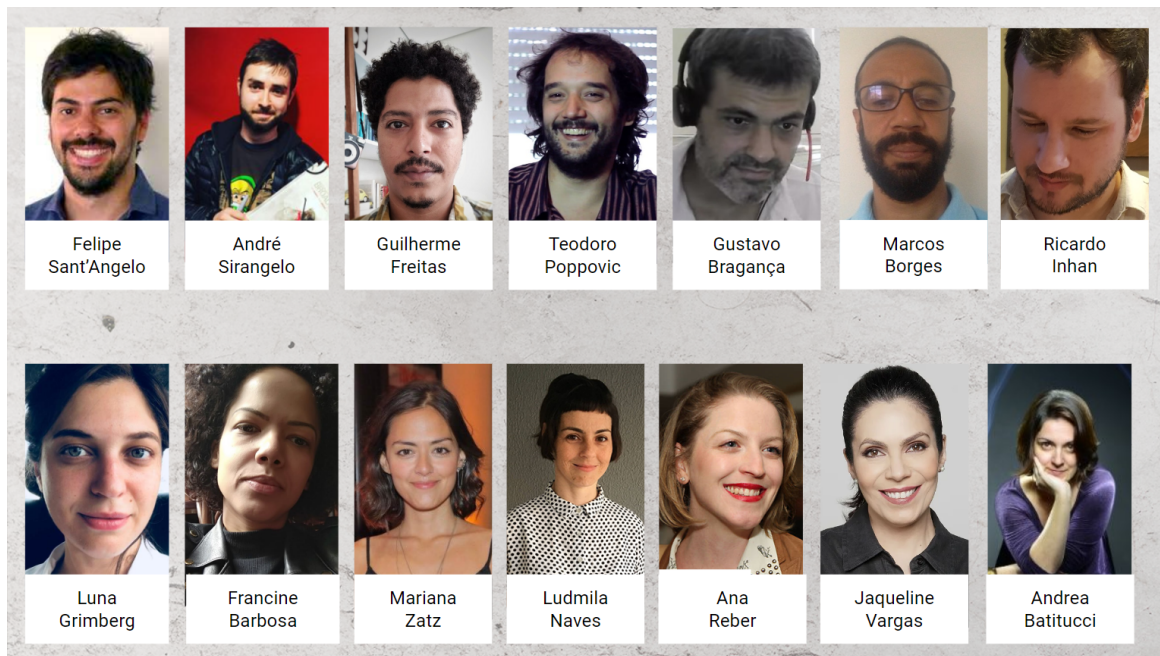
⁷¹ Disponível em: <<https://abra.art.br>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

- Andrea Batitucci: *Nada Suspeitos, Além da Ilha*

Felipe Sant'Angelo foi o roteirista que mais trabalhou em séries para esses *streamings*, tendo participado de quatro títulos em ambos portais. Essa repetição confirma que os roteiristas são contratados por diversas produtoras e portais diferentes em sua trajetória profissional.

Na maioria das vezes em que o espectador se vê diante de uma lista de autores de um conteúdo audiovisual, tratam-se de apenas letras garrafais em um fundo distinto. Para que melhor possamos enxergar esses nomes, exibimos na Figura 3 os rostos desses profissionais.

Figura 3. Profissionais mais contratados pelos *streamings*



Montagem feita pela autora a partir de imagens coletadas em redes sociais e na imprensa a respeito desses profissionais.

Ao contemplar a Figura 3, é impossível não notar a escassez de rostos negros. Guilherme Freitas, Marcos Borges e Francine Barbosa são únicos em uma avalanche de sobrenomes estrangeiros e tradicionais. Como dito anteriormente, pelo pouco volume de produções até aqui, é impossível dizer com rigor de análise quantitativa que essa é uma verdade absoluta. Tampouco se essa tendência permanecerá ou carrega indícios de algo maior. Esse retrato dos roteiristas apenas nos revela que mais um espaço na nossa sociedade não reflete com acuidade aquilo que vivemos no dia a dia.

Além disso, todos eles parecem ter a mesma idade, entre 25 e 40 anos. Uma geração renovada que não traz consigo os vícios e virtudes do fazer televisão antes do *streaming*, nem,

muito provavelmente, passou pela ‘escola’ do cinema. Não vemos nessa lista os nomes consagrados de uma emissora de TV brasileira, mas, sim, uma nova leva de nomes que se consagram de maneiras distintas, participando de vários projetos em produtoras diferentes. Sinais de novos tempos, certamente.

Com relação à formação de equipes, ao contemplar as 46 séries, constatamos que 21 têm maioria masculina na formação de salas de roteiro. Dezoito tiveram um ou um grupo de maioria de homens como redatores finais, enquanto 11 tiveram mulheres no comando. E foram 22 títulos criados por um homem contra oito por mulheres. Dos 19 títulos criados ou chefiados por mulheres, dez tiveram maioria feminina na sala de roteiro, três salas com igualdade de gênero e apenas sete com maioria masculina.

Tais dados revelam que títulos chefiados ou criados por mulheres trouxeram mais mulheres para a sala de roteiristas. Estudos posteriores poderão revelar se essa tendência se confirma nos próximos anos. Será isso um reflexo de uma sociedade brasileira machista em que é preciso mulheres desbravando espaços e trazendo outras para ocupar essas posições? Ao discutir os diversos fatores estruturais que levam à não equidade de gênero na indústria criativa, Denise Bielby (2014) revela que

[o]s empregos tornam-se marcados pelo gênero – percebidos como mais adequados para um sexo do que para outro – por meio de crenças conscientes e inconscientes dos empregadores (ou seja, estereótipos sexuais) sobre as características que vários empregos exigem e sobre quais tarefas mulheres e homens são capazes de realizar. Essas crenças, por sua vez, afetam a forma como o trabalho é organizado e os trabalhadores produzem (BIELBY, 2014, p. 137, tradução nossa⁷²).

Uma vez implantados, esses sistemas de marcação de empregos por gênero são poderosamente autoperpetuadores. Assim a autora acredita que as indústrias criativas, como geradoras de representações de gênero, dependem de ‘idiomas’ culturais que refletem pressupostos sobre gênero. Além disso, as características únicas das práticas organizacionais nas indústrias culturais contribuem para a desigualdade de gênero. Bielby (2014) apresenta dados que reforçam a escassa representação feminina no cinema e na TV nos Estados Unidos, ressaltando a importância de pesquisas em outras localidades para revelar características específicas dessas indústrias. Pelo menos nos originais Globoplay e Netflix, há indícios de uma falta de equidade de gênero nas equipes de roteiro.

⁷² Do original: “Jobs become gendered - perceived as more suitable for one sex than another - through employers’ conscious and unconscious beliefs (i.e. sex stereotypes) about the characteristics that various jobs require and about what tasks women and men are capable of doing. These beliefs, in turn, affect how work is organized and workers produce”.

Ainda que não estejamos realizando uma pesquisa quantitativa, podemos notar que os números até aqui revelam ainda dois fatos interessantes que, futuramente, poderão ser estudados mais a fundo. O primeiro é que a janela de escoamento de produções tão esperada pela indústria local como um novo caminho robusto para o financiamento de obras não se revelou tão grande. De um lado temos Netflix contratando com poucas produtoras locais. De outro, temos Globoplay contratando apenas produtoras já conhecidas para dividir a realização dos produtos, mantendo a supervisão a partir de estrutura própria. Além disso, revelou uma preocupação da indústria nacional quanto à proteção dos profissionais e seus trabalhos intelectuais frente ao poderio das plataformas de *streaming*, além da falta de uma política de fomento real ao audiovisual nacional por parte desses novos *players* (PADIGLIONE, 2022).

O segundo fato se dá na área do mercado de trabalho. Pouquíssimos nomes foram contratados e muitos deles se revezaram na autoria dos conteúdos. Além disso, a alternância entre produtoras revela a precariedade do sistema de contratação desses profissionais. No Brasil, os profissionais do audiovisual são geralmente contratados por projeto, via pessoa jurídica. Não amparados pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), esses profissionais precisam constituir empresas individuais para arcar com seus próprios custos trabalhistas, além de organizar sua própria aposentadoria e outras questões inerentes à carreira e à vida financeira.

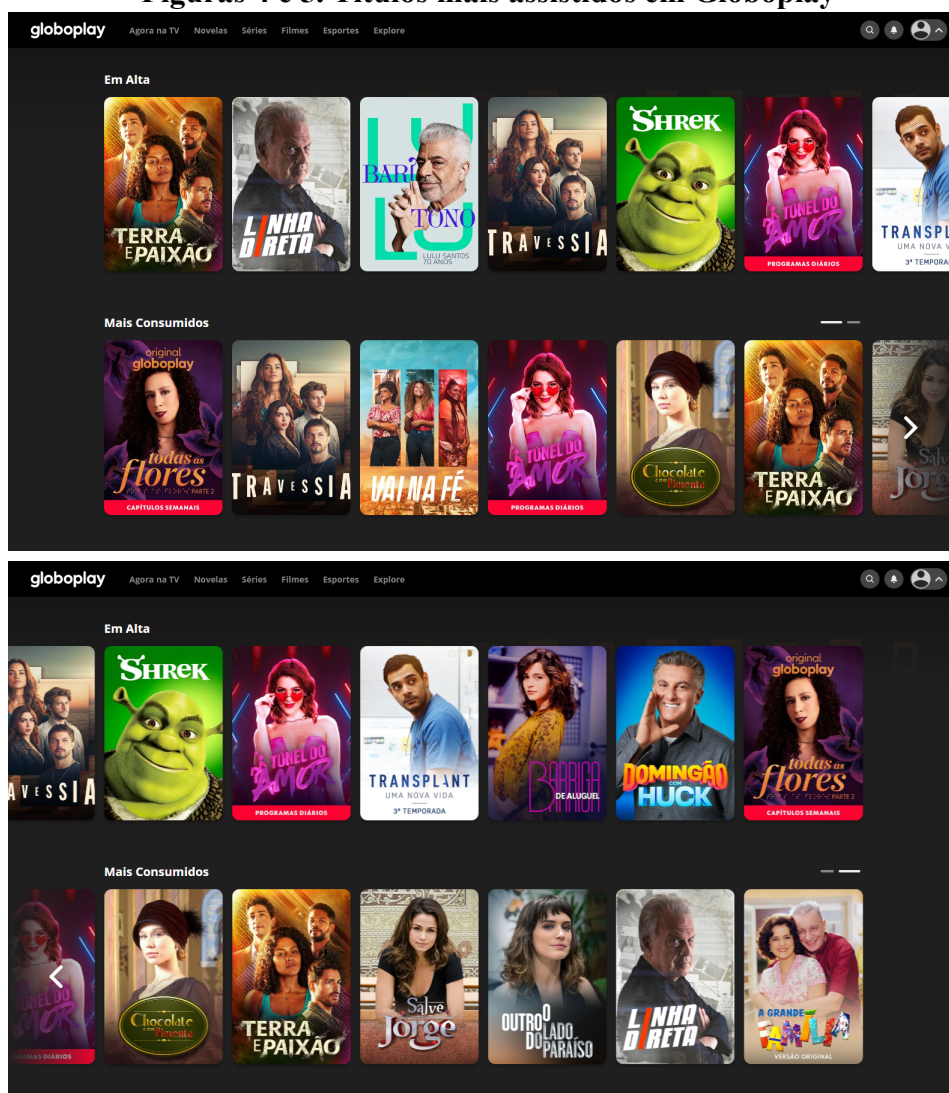
Esse dado nos faz refletir sobre a situação desses profissionais durante a crise da Covid-19. Ora, se tivemos um impacto tão grande na redução de títulos lançados nos momentos críticos da pandemia mundial, certamente esses profissionais, que não trabalham sob regime de CLT, não tiveram amparo de seus empregadores para se estabelecer durante esse período sem trabalho. E esse é um dos pontos combatidos pela ABRA, pois muitos contratantes exigem dedicação exclusiva durante os projetos, mas sem garantir direitos trabalhistas ou mesmo autorais a esses roteiristas.

Outra questão a ser ressaltada é o posicionamento de marca desses portais. Nas décadas de 1990 e 2000, assistimos a uma HBO que se recusava a se apresentar como televisão. Com o lema “Não é TV, é HBO”, o canal procurou se distanciar da concorrência ao atrelar a seus produtos um padrão de qualidade cinematográfica (JENNER, 2018). Os SVODs parecem seguir o mesmo tom ao se posicionarem perante o público. Enquanto a Globoplay busca conexão com a TV aberta, Netflix se distancia do formato tão comum no continente, a novela. O serviço brasileiro faz questão de nomear *Todas as Flores* como novela, associando o conteúdo do *streaming* ao ‘filão’ da TV Globo ao qual sua audiência está familiarizada.

Enquanto isso, a Netflix se distancia do termo, contrariando a si própria ao estabelecer laços com o melodrama, mas deixando de lado o formato tão conhecido das audiências latinas.

Ao abrirmos os sites das plataformas na data de 12 de maio de 2023, nos deparamos com as seguintes listas de programas mais assistidos em cada serviço:

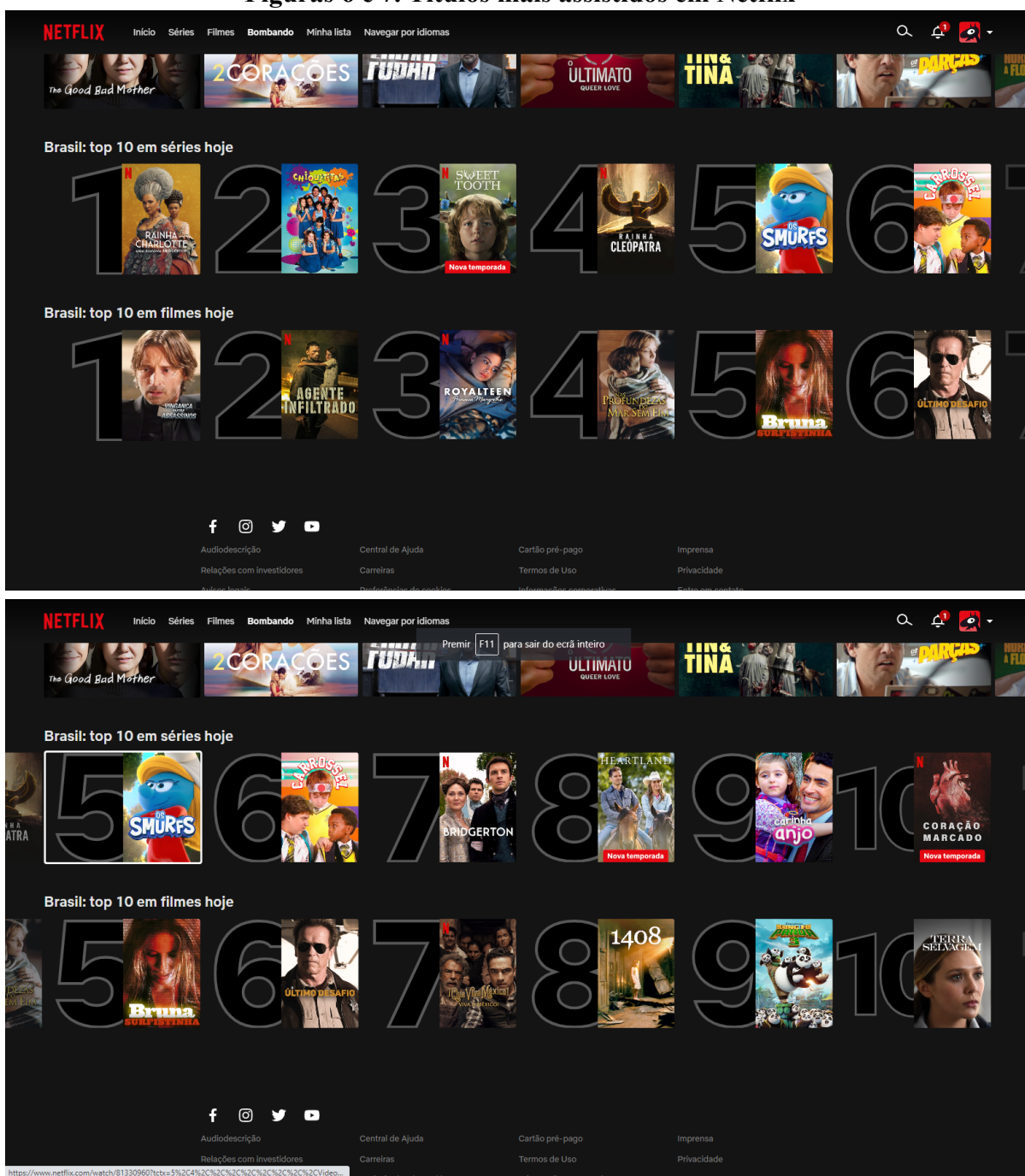
Figuras 4 e 5. Títulos mais assistidos em Globoplay



Reprodução do site Globoplay em 12 de maio de 2023.

Dos 10 títulos categorizados como “Em Alta” no aplicativo, quatro são telenovelas: *Terra e Paixão* (2023), *Travessia* (2022-2023), *Barriga de Aluguel* (1990-1991) e *Todas as Flores*. Há apenas dois títulos estrangeiros: o filme *Shrek* (2001) e a série *Transplant* (2020-2023). Dos “Mais Consumidos”, sete são novelas e dois são séries ficcionais. Nenhum é conteúdo estrangeiro.

Figuras 6 e 7. Títulos mais assistidos em Netflix



Reprodução do site Netflix em 12 de maio de 2023.

Na Netflix, nas séries “Top 10” do dia no Brasil há cinco títulos originais, nenhum deles produzido no país. No entanto, algo curioso: três títulos latinos aparecem como destaque: *Chiquititas* (2015), *Carrossel* (2012) e *Carinha de Anjo* (2016). Essas obras infantis fizeram sucesso na TV aberta, mais especificamente no canal SBT, do Grupo Silvio Santos. A décima obra mais assistida, *Coração Marcado* (2022-2023), é uma novela colombiana. Esse ranking revela que, mesmo sem nomear uma etiqueta distinta para telenovelas ou mesmo melodrama, o conteúdo segue aparecendo entre os mais assistidos pela audiência brasileira.

4.2. AS HISTÓRIAS CONTADAS NO/DO BRASIL

Nesse subcapítulo, analisamos as histórias originais de ambos serviços para entender as interações culturais propostas pelas histórias contadas para o *streaming* por meio do tema central, gênero cultural e perfil dos protagonistas.

4.2.1 Globoplay

Tabela 6. Histórias contadas na Globoplay

Histórias da Globoplay				
Título	Tema central	Gêneros / tags	Perfil do protagonista	Busca do protagonista
Além da Ilha	ganância	Comédia / Mistério	Beto: homem, branco, heterossexual, classe alta, sem deficiência	Salvar a si e seus amigos de um perigoso bandido enquanto busca autoconhecimento
Assédio	justiça	Drama	Mira: mulher, branca, heterossexual, classe média, sem deficiência	Provar e denunciar casos de assédio sexual por um renomado médico
Ilha de Ferro	vida pessoal x vida profissional	Ação / Drama	Dante: homem, branco, heterossexual, classe média, sem deficiência	Lidar com conflitos de trabalho enquanto passa dificuldades na vida pessoal
Shippados	relacionamento amoroso	Comédia / Romance / Jovem Adulto	Rita: mulher, branca, heterossexual, classe média, sem deficiência / Enzo: homem, branco, heterossexual, sem deficiência	Amor romântico em uma sociedade dominada por relacionamentos de aplicativo
Aruanas	meio ambiente	Drama	Natalie e Luiza: mulheres, brancas, heterossexuais, classe alta, sem deficiência / Verônica: mulher, negra, heterossexual, classe alta, sem deficiência	Desvendar e denunciar garimpo ilegal na Amazônia
A Divisão	crime / violência policial	Ação / Policial	Mendonça: homem, negro, heterossexual, classe média, sem deficiência	Libertar uma refém usando meios escusos
Eu, a Vó e a Boi	família	Comédia	Roblou: homem, branco, heterossexual, classe média, sem deficiência	Descobrir-se em meio a brigas familiares
Sessão de Terapia	vida pessoal x vida profissional	Drama	Caio: homem, branco, heterossexual, classe alta, sem deficiência	Tratar pacientes enquanto lida com conflitos pessoais

Arcanjo Renegado	crime / violência policial	Ação / Policial	Mikhael: homem, negro, heterossexual, classe média, sem deficiência	Vingar amigo ferido em operação policial utilizando meios escusos
Todas as Mulheres do Mundo	relacionamento amoroso	Comédia / Romance	Paulo: homem, branco, heterossexual, classe alta, sem deficiência	Amor romântico em sociedade de amores líquidos
Desalma	religião x ciência	Drama / Sobrenatural	Giovana: mulher, branca, heterossexual, classe alta, sem deficiência	Superar suicídio do marido em uma cidade onde o misticismo e as tradições ucranianas conduzem crenças populares
As Five	universo teen / jovem adulto	Drama / Jovem Adulto	Benê, Keyla: mulheres, brancas, heterossexuais, classe média, sem deficiência. / Tina: mulher, branca, heterossexual, classe alta, sem deficiência. / Lica: mulher, branca, homossexual, classe alta, sem deficiência / Ellen: mulher, negra, heterossexual, classe baixa, sem deficiência	Lidar com questões da vida adulta: trabalho, amor e família.
Filhas de Eva	feminismo	Drama	Stella: mulher, branca, heterossexual, classe alta, sem deficiência	Descobrir-se após divórcio
Onde Está Meu Coração	dependência química	Drama	Amanda: mulher, branca, heterossexual, classe alta, sem deficiência.	Lidar com dependência química
Segunda Chamada	educação	Drama	Lúcia: mulher, branca, heterossexual, classe média, sem deficiência.	Evitar evasão escolar de jovens e adultos
Rensga Hits!	fama	Drama / Musical / Comédia	Raíssa: mulher, branca, heterossexual, classe alta, sem deficiência.	Sucesso no mundo musical sertanejo

Rota 66	violência policial	Drama / Policial	Caco: homem, branco, heterossexual, classe média, sem deficiência.	Desvendar e denunciar violência policial
Encantado's	família	Comédia	Eraldo: homem, negro, heterossexual, classe média, sem deficiência. / Olímpia: mulher negra, heterossexual, classe média, sem deficiência	Equilibrar família, sucesso financeiro e paixão pelo carnaval, legado de seu pai
Sob Pressão	vida pessoal x vida profissional	Drama / Médico	Evandro: homem, branco, heterossexual, classe alta, sem deficiência.	Cuidar de pacientes em hospital público enquanto lida com a perda de sua esposa
Turma da Mônica - A Série	universo infanto-juvenil	Infantil, Aventura, Infantojuvenil	Mônica: mulher, branca, heterossexual, classe alta, sem deficiência.	Desvendar quem estragou a festa de uma vizinha
Todas as Flores	família	Drama	Maíra: mulher, branca, heterossexual, classe média, deficiente visual	Lidar com o reaparecimento de sua mãe e irmã após anos separadas
Os Outros	bullying	Drama	Cibele: mulher, branca, heterossexual, classe média, sem deficiência.	Lidar com as consequências violentas do bullying

Tabela elaborada a partir de dados coletados pela autora do texto no portal Globoplay.

Tema central

As 22 obras da Globoplay contam sobre personagens que enfrentam 15 temáticas diferentes em suas trajetórias: família, universo teen / jovem adulto, justiça, fama, vida pessoal x vida profissional, crime / violência policial, ganância, feminismo, meio ambiente, religião x ciência, relacionamento amoroso, universo infanto-juvenil, dependência química, educação e bullying. Os temas de família, vida pessoal x vida profissional e crime / violência policial são os que mais aparecem, com três títulos cada. A busca por um amor romântico aparece duas vezes. Os demais temas só aparecem uma vez.

Mas essa tabela nos diz ainda de temáticas entrelaçadas entre esses assuntos. A busca por justiça para pessoas queridas ou injustiçados por um sistema de poder, ou uma situação de conflito é a tônica de sete séries: *Assédio*, *Aruanas*, *A Divisão*, *Arcanjo Renegado*, *Rota 66*, *Turma da Mônica - A série* e *Os Outros*. Em *Assédio*, uma jornalista quer colocar um médico abusador atrás das grades. As ativistas da ONG Aruana querem dismantelar o garimpo ilegal, fazendo justiça para povos indígenas e populações ribeirinhas. *A Divisão* e *Arcanjo Renegado* têm protagonistas que buscam a justiça, de um modo meio torto, mas acreditam estar nessa busca de consertar algo que não está certo. Caco Barcelos em *Rota 66* busca revelar abusos de poder cometidos por policiais na década de 1990. Mesmo a pré-adolescente Mônica reúne sua turma para desvendar o mistério sobre quem estragou a festa de sua vizinha e arqui-inimiga Carminha Frufru. Tudo o que Cibele quer em *Os Outros* é manter sua família a salvo enquanto busca justiça por seu filho que sofreu bullying no condomínio onde moram e na escola.

Esses protagonistas mostram uma falta de confiança no sistema judiciário e policial e em instituições de modo geral. Muitos deles usam de meios escusos para proteger a si e a pessoas que consideram estar injustiçados. Cibele, por exemplo, compra uma arma de um policial corrupto na tentativa em vão de proteger sua família do vizinho agressor. A falta de confiança em instituições mostrada em tela interage com a percepção latino-americana sobre o tema. Lagos (2000) vem discutindo a confiança em instituições em seus trabalhos acadêmicos. O autor associa a confiança institucional à ideia de democracia e evidencia que os latino-americanos são, de certa forma, apáticos com relação a fazer valer os seus direitos.

Muitas democracias latino-americanas existem mais em aparência do que realidade, e mesmo assim as pessoas ficam em silêncio. Não gritam em defesa de suas reais opiniões, de forma que, embora saibam que a democracia real não ocorra no presente, estão dispostos a defender o que quer que tenham já obtido no caminho deste objetivo (LAGOS, 2000, p. 15).

Dessa apatia talvez nasça a escolha por histórias que tragam personagens ávidos por fazer justiça com as próprias mãos, custe o que custar. Até policiais protagonistas de *A*

Divisão e Arcanjo Renegado, que fazem parte de uma instituição que deveria prezar pela segurança da coletividade, se utilizam de meios ilegais para conseguir justiça. Já no primeiro episódio de *Arcanjo Renegado*, Mikhael executa um sequestrador sem titubear, mostrando que ele está disposto a infringir a lei e assassinar suspeitos a sangue-frio para atingir seu objetivo de libertar reféns. A dedicação desses personagens a uma causa maior vai além das regras e instituições estabelecidas.

Cinco títulos versam com mais nitidez sobre violência (*Assédio, A Divisão, Arcanjo Renegado, Rota 66 e Os Outros*). Seja ela estupro, criminalidade, abuso de poder policial ou mesmo o bullying, a história gira em torno das duras consequências de atos violentos, suas vítimas e agressores. Com exceção de 2021, ano mais crítico da Covid-19, todos os anos pelo menos um conteúdo estreou na Globoplay com essa temática.

A violência no Brasil é, desde muito, uma preocupação constante das autoridades públicas e dos cidadãos em todas as partes do país. Segundo o Mapa da Violência, somente em 2019⁷³, 45.503 pessoas foram assassinadas no Brasil. São cerca de cinco mortes por hora. A maioria são pessoas negras e pardas. O número de estupros em 2019 não é menos alarmante: mais de três pessoas sofrem violência sexual por dia. O avanço da fome, do desemprego e da precariedade de trabalho desde a aprovação da flexibilização das leis trabalhistas, acentuadas pela crise mundial do petróleo provocada pela guerra entre Rússia e Ucrânia e pela Covid-19 certamente agravaram esses números, que ainda serão divulgados pelo Instituto de Pesquisa Economia Aplicada do governo brasileiro. Essas preocupações estão em pauta em todos os lares do Brasil e, talvez por isso, a temática seja tão relevante também na ficção. De toda maneira, violência, principalmente a urbana, se configura como um tema atual e global.

O tema da família aparece mais contundente em três títulos: *Eu, a Vó e a Boi, Encantado's e Todas as Flores*. Roblou, Eraldo e Olímpia e Maíra, respectivamente, buscam se encontrar em meio a conflitos gerados pela convivência de seus familiares. Roblou está no meio de uma briga entre suas avós materna e paterna. Eraldo e Olímpia, irmãos, têm de fazer sobreviver e crescer o negócio familiar enquanto lidam com suas próprias paixões e objetivos de vida. Maíra precisa descobrir quem é sua mãe e sua irmã, pois esteve separada delas toda uma vida.

No entanto, essa temática também perpassa as obras *Filhas de Eva, Onde Está Meu Coração e Os Outros*. Nessas obras, um acontecimento gera conflitos avassaladores em todos os membros da família. Na primeira, o divórcio pedido por Stella abala não só a sua relação

⁷³ Dados disponíveis no IPEA: <<https://www.ipea.gov.br/>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

com o marido, obviamente, mas também atinge os relacionamentos de suas filhas, que viam na mãe um exemplo de esposa. Quando veem sua mãe optar por si mesma, começam a enxergar de outra forma suas próprias relações com os maridos. Na segunda obra em questão, um novo surto de dependência química de Amanda tem reflexos desastrosos em sua família, que luta por trazê-la de volta à saúde mental. Em *Os Outros*, o filho de Cibele é espancado pelo filho de Wando, um vizinho do condomínio onde moram. Isso desencadeia uma série de eventos desastrosos em que a violência escala e as duas famílias são duramente impactadas.

A presença dos conflitos familiares é uma constante nas telenovelas da TV Globo ao longo dos anos. Ao optar por explorar esse tema nos originais da Globoplay, é possível observar uma clara intenção de estabelecer uma relação íntima com o público que já acompanha fielmente a programação linear da emissora. Ao abordar questões familiares em suas produções exclusivas para a plataforma de *streaming*, a Globoplay busca cativar e envolver ainda mais os telespectadores já familiarizados com o estilo narrativo e os temas abordados nas novelas transmitidas pela TV Globo. Essa estratégia de aproximação visa tanto a manutenção dessa audiência já fidelizada, quanto a expansão do alcance da Globoplay para novos assinantes que podem ser atraídos por conteúdos semelhantes aos que são apresentados na grade da emissora de televisão.

Com relação à representação de família, o que se vê nos protagonistas é uma continuidade de mostrar famílias nucleares, ou seja: pai, mãe e filhos (ainda que um desses elementos esteja ausente). Fadul (2000) examinou a representação familiar nas telenovelas observando que elas se aproximavam do cotidiano vivenciado pela maioria da sociedade brasileira ao longo do tempo. Para a autora,

[e]m vários aspectos as telenovelas estudadas mostraram estar de acordo com as mudanças que estavam ocorrendo na sociedade brasileira, pois elas divulgavam os modernos valores de uma sociedade que se urbanizava rapidamente. Essa situação se verificou com relação não somente à família, mas também ao papel da mulher e ao seu comportamento sexual (FADUL, 2000, p. 37).

No entanto, não se vê entre os protagonistas das séries que trazem os conflitos familiares como temática mais evidente a formação de um núcleo fora dos padrões heteronormativos.

O tema do equilíbrio entre a vida profissional e pessoal do protagonista se vê mais evidente em três séries: *Ilha de Ferro*, *Sessão de Terapia* e *Sob Pressão*. A primeira obra conta a história de Dante, que vive literalmente dividido entre o trabalho e a vida pessoal. Ele passa 15 dias embarcado numa plataforma de petróleo em alto mar e a outra metade do mês

vive seu relacionamento conturbado com Leona e com seu irmão Bruno. Na plataforma, além dos perigos do ofício, Dante ainda tem que lidar com uma nova chefe, por quem nutre uma paixão e um desgosto por ela ter tomado um lugar de chefia que esperava ser seu.

Já em *Sessão de Terapia* e *Sob Pressão*, a profissão em jogo é a de cuidar do outro. Fato que faz com que os protagonistas muitas vezes se anulem para prestar esse serviço. Isso é mais evidente em *Sob Pressão*, em que Evandro vai ao esgotamento mental e físico para tentar salvar vidas em um contexto de saúde pública e, portanto, poucos recursos e estrutura. No meio dessa luta diária, Evandro ainda precisa superar a morte precoce de sua esposa. Ela havia sido atropelada e o médico não pôde salvá-la.

Além disso, a exploração de histórias centradas no universo médico é uma aposta certa do Grupo Globo. Essa temática tem sido abordada em diversas produções de sucesso ao longo dos anos, demonstrando o interesse do público por tramas que envolvem médicos, hospitais e dramas pessoais. Além das novelas, a emissora já apresentou séries médicas de destaque, como *Mulher* (1998-1999) e *Unidade Básica* (2016), que conquistaram uma sólida base de fãs.

A série *The Good Doctor* (2017-), exclusiva da Globoplay, também se enquadra nessa aposta da Globo em conteúdos médicos. Com um enredo envolvente e personagens cativantes, a trama acompanha a jornada de um jovem médico com habilidades extraordinárias, mas que enfrenta desafios devido ao seu transtorno do espectro autista. A série tem conquistado sucesso tanto no Brasil quanto internacionalmente, mostrando a demanda e o interesse do público por narrativas que exploram o universo da medicina.

A exibição de clássicos como *E.R.* (1994-2009), também conhecida como *Plantão Médico*, reforça a tradição da Globo em trazer séries médicas que conquistam o público. Essas produções refletem o compromisso da emissora em oferecer conteúdos que abordam temas relevantes e despertam a empatia do telespectador. Com isso, a Rede Globo busca tanto satisfazer a demanda de sua audiência já consolidada, quanto atrair novos assinantes para a Globoplay, ampliando sua base de espectadores e fortalecendo sua presença no mercado de *streaming*.

A dicotomia entre a vida pessoal e profissional também está presente em *Segunda Chamada* e *Encantado's*. O drama sobre a evasão escolar no ensino de jovens e adultos versa não só sobre os desafios da educação e do ofício de professor, como também revisita as relações interpessoais da protagonista com professores e alunos. O conflito entre Eraldo e Olímpia também fala de um confronto entre o sonho da vida pessoal (viver o carnaval em todas as suas etapas e com plenitude) e a obrigação profissional de cuidar de um

supermercado que está em más condições financeiras devido ao apoio a uma escola de samba, fundada pelo pai dos irmãos protagonistas.

Os títulos sobre família e a luta entre vida pessoal e a profissional são os que mais se aproximam dos relatos do cotidiano estudados por Martín-Barbero (2015) como característica central das telenovelas latino-americanas. As histórias se baseiam em contar conflitos que qualquer espectador poderia vivenciar em seu dia a dia se estivessem nesta ou naquela situação. Ora, todo mundo tem conflito no trabalho, um chefe de quem não gosta, um irmão com quem sempre briga, um divórcio ou uma morte inesperada. E isso está refletido nas telas da Globoplay assim como estiveram e estão na tela da TV Globo.

Dois conteúdos trazem os personagens principais numa busca por um amor romântico: *Shippados* e *Todas as Mulheres do Mundo*. Na primeira, Rita e Enzo se conhecem por acaso após terem encontros amorosos fracassados. A possibilidade de relacionamento entre eles nasce da sua decepção com aplicativos de namoro e se fortalece com as características que têm em comum. Fazer esse relacionamento dar certo num mundo em que as relações são vividas em redes sociais e aplicativos é o maior desafio dessa dupla protagonista. Em *Todas as Mulheres do Mundo*, Paulo busca um grande amor, materializado em Maria Alice. Mas Paulo é um solteiro inveterado, se apaixonando cada dia por uma nova mulher. A dificuldade de manter um longo relacionamento monogâmico é seu principal desafio.

Nas duas séries, existe retratada uma superficialidade dos relacionamentos da atualidade. No primeiro, a dificuldade de achar alguém interessante e, no segundo, a dificuldade de continuar um relacionamento. No fim, a busca é sempre por um relacionamento duradouro e respeitoso, onde a parceria e a fidelidade são primordiais. O argumento dessas obras, que trazem a busca romântica em evidência, se assemelha às histórias clássicas do cinema hollywoodiano, do qual o melodrama latino-americano e, portanto, as telenovelas da Globo, são herdeiros. Isso mostra, mais uma vez, que os conteúdos pensados para a Globoplay interagem com a história de produção da TV Globo, arraigada nas telenovelas cuja busca principal dos protagonistas é, geralmente, o amor.

Onze temas aparecem apenas uma vez, ainda que as histórias possam ser interligadas com outros assuntos em voga. Ciência x religião e meio ambiente contaram com um título com duas temporadas cada: *Desalma* e *Aruanas*, respectivamente. Isso mostra indícios de que a história contada atraiu uma audiência significativa a ponto de que as séries fossem renovadas para mais uma temporada. Os conteúdos sobre fama (*Hensga Hits!*) e universo infanto-juvenil (*Turma da Mônica - A Série*) ainda poderão ser renovados, pois foram ao ar em 2022. Por serem obras recentes são maiores as chances de renovação, pois os resultados de

audiência e repercussão midiática continuam sendo medidos pelo portal. O tema do bullying (*Os Outros*) acaba de ser renovado para uma segunda temporada⁷⁴.

Por fim, vale ressaltar que, em *Desalma*, o tema da religião *versus* a ciência aparece em plena pandemia de Covid-19, que trouxe esse assunto à tona na sociedade brasileira devido à falta de confiança nas vacinas, levantada principalmente pela gestão irresponsável da cadeira presidencial brasileira no período 2019-2022.

Estudos posteriores poderão mostrar se a aposta em temáticas já conhecidas pela audiência cativa da Rede Globo prevalecerá diante de novos assuntos que surgirão nas séries da Globoplay. Em reflexão sobre o catálogo da Globoplay, Mungioli (2022) ressalta que os originais desse portal são reflexo da construção de uma cultura televisiva moderna, que surge a partir do intercâmbio cultural entre diferentes países e da fusão entre influências locais e globais. Essa cultura televisiva contemporânea, segundo a autora, é moldada pela crescente globalização do consumo cultural, impulsionada pela tecnologia e pela mediação digital.

Mas esse diálogo entre o global e o local ocorre em diferentes níveis, como observado pela referência a fatos da realidade (*Assédio* e *A Divisão*), por temas relacionados a inquietações e interesses atuais da sociedade, como os crimes ambientais na Amazônia (*Aruanas*), violência e corrupção (*Arcanjo Renegado* e *A divisão*), a disseminação das drogas ilícitas entre a classe média (*Onde está meu coração*), e até os bastidores da exploração de petróleo, foco de escândalos reais recentes no país, para citar alguns exemplos (MUNGIOLI, 2022, p. 120-121).

Assim como observa a autora, os assuntos de destaque nas obras da Globoplay estão conectados com ocorrências reais em diversas partes do globo. Além disso, elas também conversam com as audiências locais enquanto se aproximam do conteúdo televisivo ao qual está habituado e contam algumas histórias baseadas em fatos. Isso significa que, ainda que esteja voltada para audiências brasileiras em diversas partes do mundo, as séries também versam sobre assuntos contemporâneos que atingem cidadãos no mundo inteiro, trazendo certo equilíbrio entre o local e o global em tela. Ainda que os ‘relatos da nação’ não estejam presentes de forma contundente, é possível perceber vivências brasileiras retratadas em tela, especialmente se compararmos essas com as tramas sobre o cotidiano das telenovelas da TV Globo.

Encantado's é a única obra que fala que algo ligado essencialmente à história e cultura brasileira, ainda que tangencialmente, ao falar sobre a paixão pelo Carnaval brasileiro. É certo que existem diferentes tipos de carnaval ao redor do mundo, mas a peculiaridade da nossa

⁷⁴ Ver informações em:

<<https://gshow.globo.com/tudo-mais/pop/noticia/os-outros-serie-do-globoplay-tem-segunda-temporada-confirma-da.ghtml>>. Acesso em 28 jun. 2023.

festividade, que está presente o ano inteiro, se mostra viva no personagem de Eraldo e outros coadjuvantes. O protagonista executa diversos planos para que sua irmã Olímpia não o afaste da sua vocação de manter a escola de samba em funcionamento. Certamente não se poderia contar a mesma história em outro país que não fosse o Brasil, pelo menos não da mesma forma. Assim como a história de *Breaking Bad* (2008-2013) não poderia ter sido contada da mesma forma no Brasil. O protagonista Walter White só entrou para o mundo do crime, pois não tinha recursos para o tratamento de um câncer. No Brasil, devido ao Sistema Único de Saúde, o SUS, esse tratamento seria feito sem nenhum custo nas diversas clínicas e hospitais públicos país afora.

Gênero

Nesse portal, são utilizados ao todo 11 gêneros: comédia, drama, ação/policial, infantil, mistério, romance, jovem adulto, sobrenatural, musical, médico, e aventura. Dez títulos possuem duas ou mais atribuições genéricas. Apenas um conteúdo foi pensado exclusivamente para crianças: *Turma da Mônica - A Série*.

A Globoplay utiliza o drama como a maior chave para contar suas histórias. Da violência ao feminismo, do meio ambiente às histórias de família, do drama médico ao policial. 14 títulos estão abarcados na categoria drama⁷⁵: *Assédio, Ilha de Ferro, Aruanas, Sessão de Terapia, Desalma, As Five, Filhas de Eva, Onde Está Meu Coração, Segunda Chamada, Rensga Hits!, Rota 66, Sob Pressão, Todas as Flores, e Os Outros*. Ainda que unidos a outros gêneros, como comédia, mistério, ação, musical e sobrenatural, a maioria dos conteúdos tem o drama como forma principal de contar histórias.

Seis títulos possuem junto ao drama outras classificações: *Ilha de Ferro* (ação e drama), *Desalma* (drama e sobrenatural), *As Five* (drama e jovem adulto), *Rensga Hits!* (drama, musical e comédia), *Rota 66* (drama e policial), *Sob Pressão* (drama e médico). Nessas obras, com exceção de *Ilha de Ferro*, o drama aparece como primeira chave de leitura unindo-se a outras características que auxiliam na apresentação desses títulos aos espectadores. Outras combinações genéricas também são encontradas em *Além da Ilha* (comédia e mistério), *Shippados* (comédia, romance e jovem adulto), *A Divisão e Arcanjo Renegado* (ação e policial), *Todas as Mulheres do Mundo* (comédia e romance) e *Turma da Mônica - A Série* (infantil, aventura e infantojuvenil).

⁷⁵ Como visto na Tabela 6, um mesmo título pode abarcar dois gêneros diferentes, como, por exemplo, *Além da Ilha*, que comporta comédia e mistério. Por isso, o número de títulos nas categorias genéricas ultrapassam o número total de conteúdos lançados pelo portal.

Mesmo que se utilize de gêneros mais tradicionais, essas combinações genéricas feitas pela Globoplay adicionam elementos de direcionamento da audiência pretendida. Além disso, podem conformar parâmetros mais modernos de classificação, como a comédia romântica, por exemplo. *Além da Ilha* está como comédia e mistério, o que revela que as combinações genéricas podem ser diversas e amplas. A combinação drama e comédia em *Rensga Hits!* e *Todas as Mulheres do Mundo* dá espaço para uma hibridização de gênero: a dramédia, uma forma de tratar um assunto sério com leveza (DA ROS, 2010; ALTMAN, 1986).

Em suma, a diversidade de gêneros presentes no portal da Globoplay permite uma ampla variedade de histórias e experiências para os espectadores. Embora o drama seja a chave predominante nas narrativas, abrangendo temas como violência, feminismo, meio ambiente e histórias familiares, outros gêneros como comédia, mistério, ação, musical e sobrenatural também se unem ao drama em muitos títulos. Essas combinações genéricas não apenas enriquecem as histórias, mas também direcionam o público-alvo e refletem hibridismos mais contemporâneos na classificação de conteúdos. Além disso, é interessante observar que, mesmo com tantos gêneros diferentes, apenas um conteúdo foi pensado exclusivamente para crianças, demonstrando certa versatilidade e adaptabilidade da Globoplay em atender a diversos públicos, como tradicionalmente o faz na programação linear da TV Globo.

Perfil dos protagonistas

Tabela 7. Protagonistas da Globoplay

Protagonistas da Globoplay														
Título	Perfil do Protagonista	Gênero		Raça		Sexualidade		Classe Social			Com Deficiência	Idade		
		mulher	homem	branca	negra	Hetero	Homo	Alta	Média	Baixa		Criança / teen / jovem adulto	Adulto	Idoso
Além da Ilha	Beto: homem, branco, heterossexual, classe alta, sem deficiência		1	1		1		1						1
Assédio	Mira: mulher, branca, heterossexual, classe média, sem deficiência	1		1		1			1					1
Ilha de Ferro	Dante: homem, branco, heterossexual, classe média, sem deficiência		1	1		1				1				1
Shippados	Rita: mulher, branca, heterossexual, classe média, sem deficiência / Enzo: homem, branco, heterossexual, sem deficiência	1	1	2		2								2
Aruanas	Natalie e Luiza: mulheres, brancas, heterossexuais, classe alta, sem deficiência / Verônica: mulher, negra, heterossexual, classe alta, sem deficiência	3		2	1	3		3						3
A Divisão	Mendonça: homem, negro, heterossexual, classe média, sem deficiência		1		1	1				1				1

Eu, a Vó e a Boi	Roblou: homem, branco, heterossexual, classe média, sem deficiência		1	1		1			1			1	
Sessão de Terapia	Caio: homem, branco, heterossexual, classe alta, sem deficiência		1	1		1		1					1
Arcanjo Renegado	Mikhael: homem, negro, heterossexual, classe média, sem deficiência		1		1	1			1				1
Todas as Mulheres do Mundo	Paulo: homem, branco, heterossexual, classe alta, sem deficiência		1	1		1		1					1
Desalma	Giovana: mulher, branca, heterossexual, classe alta, sem deficiência	1		1		1		1					1
As Five	Benê, Keyla: mulheres, brancas, heterossexuais, classe média, sem deficiência. / Tina: mulher, branca, heterossexual, classe alta, sem deficiência. / Lica: mulher, branca, homossexual, classe alta, sem deficiência / Ellen: mulher, negra, heterossexual, classe baixa, sem deficiência	5		4	1	4	1	2	2	1		5	
Filhas de Eva	Stella: mulher, branca, heterossexual, classe alta, sem deficiência	1		1		1		1					1
Onde Está Meu Coração	Amanda: mulher, branca, heterossexual, classe alta, sem	1		1		1		1					1

	deficiência.														
Segunda Chamada	Lúcia: mulher, branca, heterossexual, classe média, sem deficiência.	1		1		1			1					1	
Rensga Hits!	Raíssa: mulher, branca, heterossexual, classe alta, sem deficiência.	1		1		1		1				1			
Rota 66	Caco: homem, branco, heterossexual, classe média, sem deficiência.		1	1		1			1					1	
Encantado's	Eraldo: homem, negro, heterossexual, classe média, sem deficiência. / Olímpia: mulher negra, heterossexual, classe média, sem deficiência	1	1		2	2			2					2	
Sob Pressão	Evandro: homem, branco, heterossexual, classe alta, sem deficiência.		1	1		1		1						1	
Turma da Mônica - A série	Mônica: mulher, branca, heterossexual, classe alta, sem deficiência.	1		1		1		1				1			
Todas as Flores	Maíra: mulher, branca, heterossexual, classe média, deficiente visual	1		1		1			1		1			1	
Os Outros	Cibele: mulher, branca, heterossexual, classe média, sem deficiência.	1		1		1			1					1	
Total		19	11	24	6	29	1	14	13	1	1	1	8	21	1

Tabela elaborada a partir de dados coletados pela autora do texto no portal Globoplay.

As histórias contadas pela Globoplay de 2018 a 2023, trazem 30 protagonistas. A maioria mulher, branca⁷⁶, heterossexual, de classe alta, em idade adulta e sem deficiência. Esse conjunto de protagonistas evidencia proximidade com as histórias das telenovelas da Rede Globo, principalmente as contadas pelo autor consagrado Manoel Carlos. Este autor consagrado é reconhecido por suas personagens principais sempre batizadas de Helena. As Helenas de Manoel Carlos viviam dramas familiares e amorosos em um ambiente da alta sociedade do Rio de Janeiro. Essas protagonistas eram, em sua maioria, mulheres brancas ricas heterossexuais e protagonizavam dramas do seu cotidiano⁷⁷.

Das 24 obras analisadas aqui, apenas cinco protagonistas são negros, sendo uma de classe alta (Verônica em *Aruanas*), três de classe média (Mendonça em *A Divisão*, Mikhael em *Arcanjo Renegado* e Eraldo em *Encantado's*) e uma de classe baixa (Ellen em *As Five*). Desses, dois ocupam posição de autoridade na sociedade: Mendonça e Mikhael são policiais. No entanto, são dois profissionais envolvidos em polêmicas no fazer diário, com suspeita de abuso de poder e corrupção. Verônica também ocupa certa posição de destaque na sociedade, por ser uma advogada bem sucedida. Já Ellen alcança certa ascensão social ao morar fora do Brasil, no entanto, ela só consegue esse feito devido a uma bolsa de estudos.

Há apenas uma personagem com deficiência: Maíra em *Todas as Flores*. Ainda assim, no meio da primeira temporada, ela faz uma cirurgia e volta a enxergar, eliminando a característica de representatividade da construção dessa personagem. Na lista, há apenas uma protagonista idosa, Stella em *Filhas de Eva*. A ausência de pessoas negras e com deficiência mostra que a diversidade dessas obras ainda é insuficiente para retratar com vigor a sociedade brasileira. O foco nos dramas vividos por pessoas na idade adulta, com apenas um protagonista criança (Mônica em *Turma da Mônica - A Série*) e uma idosa, também reflete pouco a realidade social do Brasil.

Segundo o IBGE, entre 2012 e 2021, cresceram as participações das pessoas autodeclaradas pretas (de 7,4% para 9,1%) e pardas (de 45,6% para 47,0%) na população do país. No mesmo período, a parcela de pessoas com 60 anos ou mais passou de 11,3% para

⁷⁶ Desejamos ressaltar que a atribuição de gênero e raça a esses personagens foi realizada por meio de observação visual e contextual desta autora, e não com base em autodeclaração. É possível que, em decorrência disso, possa haver alguma discrepância no ponto de vista dos espectadores. Por exemplo, houve uma incerteza ao afirmar que Maíra, a personagem interpretada por Sophie Charlotte em *Todas as Flores*, é uma mulher branca. Ela poderia ser percebida como uma mulher parda, porém, dada a sua semelhança com a vivência de uma mulher branca, optamos por classificá-la dessa maneira, evitando o uso do termo “parda” para nos aproximarmos de abordagens mais globais em relação à questão racial.

⁷⁷ Das 13 telenovelas escritas por Manoel Carlos, 12 contavam histórias da classe média alta ou da alta sociedade do Rio de Janeiro. Ver mais sobre a história do autor em: <<https://memoriaglobo.globo.com/perfil/manoel-carlos/noticia/trabalhos-na-globo.ghtml>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

14,7% da população. A Pnad Contínua mostrou ainda uma queda de 5,4% na população com menos de 30 anos, figurando agora em 43,9% da população total. Ainda assim, o número de pessoas de 0 a 29 anos é ligeiramente maior do que a de adultos (30 a 59 anos), com 41,4%⁷⁸. É certo que ainda temos poucas obras lançadas, em movimentos tímidos na incursão das Organizações Globo nesse mercado de SVODs se comparado ao volume de produções que possui. Porém, é impossível não notar a maneira como os negros e pessoas com deficiência pouco aparecem e a maneira como são retratados: sem posição de destaque na sociedade.

O mesmo acontece com a ausência quase completa de personagens homossexuais. Apenas uma personagem, Lica em *As Five*, é abertamente homossexual⁷⁹. O último Censo da população brasileira revelou em 2022 que 2,9 milhões de brasileiros se declararam homossexuais ou bissexuais. O número corresponde a 1,8% da população. Porém, esse montante pode ser ainda maior, pois 3,6 milhões de pessoas não responderam a essa pergunta durante o censo. No entanto, a população de homossexuais e bissexuais declarada na pesquisa é maior entre aquelas pessoas com maior nível de instrução e renda⁸⁰. O que significa que, devido aos altos custos dos SVODs no país, pode ser justamente esse um dos públicos-alvo da Globoplay e que, por não estar bem retratado, pode deixar de assinar a plataforma.

Outra questão importante revelada nessa contagem é que 19 protagonistas são mulheres. Apesar de representarem quase o dobro dos protagonistas masculinos, a maioria delas aparece retratada com posições subalternas na sociedade. Apesar de exercerem algumas funções menos comuns, como a perfumista Maíra (*Todas as Flores*), apenas cinco exercem profissões explícitas na trama para a qual fizeram curso superior: são duas jornalistas (Mira em *Assédio* e Natalie em *Aruanas*), uma médica (Amanda em *Onde Está Meu Coração*), uma advogada (Verônica em *Aruanas*) e uma professora (Lúcia em *Segunda Chamada*). As outras 12 são apenas esposa, balconista, garçomete, dona de casa, estudante, entre outras funções com nenhuma ou pequena remuneração própria. Onde estão as economistas, profissionais de TI e engenheiras? As feministas teriam pouco a comemorar com essa maioria de mulheres que lideram as tramas da Globoplay.

Diante das análises realizadas, fica evidente que as histórias contadas pela Globoplay

⁷⁸ Ver dados do Pnad em:

<<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/34438-populacao-cresce-e-mas-numero-de-pessoas-com-menos-de-30-anos-cai-5-4-de-2012-a-2021#:~:text=Os%20dados%20foram%20divulgados%20hoje.14%2C7%25%20da%20popula%C3%A7%C3%A3o.>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

⁷⁹ O personagem Beto, em *Além da Ilha*, não revela sua sexualidade.

⁸⁰ Ver dados do Censo em:

<<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/33785-em-pesquisa-inedita-do-ibge-2-9-milhoes-de-adultos-se-declararam-homossexuais-ou-bissexuais-em-2019>>. Acesso em: 28 jun 2023.

no período de 2018 a 2023 ainda apresentam uma representatividade limitada e pouco condizente com a realidade social do Brasil. A predominância de protagonistas mulheres, brancas, heterossexuais, de classe alta e em idade adulta, sem deficiência, reflete uma proximidade com as narrativas das telenovelas da TV Globo. Ao aproximar-se desse conteúdo, o grupo reforça as formas de contar de sua programação linear, mas pode afastar públicos potenciais, como os negros, as pessoas com deficiência e a comunidade LGBTQIA+. Além disso, a escassez de diversidade na representação profissional das protagonistas evidencia uma lacuna na abordagem de personagens femininas.

4.2.2 Netflix

Tabela 8. Histórias Contadas na Netflix

Histórias da Netflix				
Título	Tema central	Gêneros / tags	Perfil do protagonista	Busca do protagonista
3%	luta de classes	Brasileiro / Série de Ficção científica / Programa sobre política	Michele: mulher, branca, heterossexual, classe baixa, sem deficiência	Sabotar o processo de admissão para o Maralto por desacreditar na separação de classes
O Mecanismo	justiça	Brasileiro / Séries policiais / Programa sobre política	Ruffo: homem, branco, heterossexual, classe média, sem deficiência	Descobrir e denunciar esquema de corrupção e para isso usa meios escusos.
Samantha!	fama	Brasileiro / Sitcoms / Comédia para a TV	Samantha: mulher, branca, heterossexual, classe média, sem deficiência	Recuperar fama perdida no mundo da televisão
Coisa Mais Linda	feminismo	Brasileiro / Música / Dramas românticos para TV	Malu: mulher, branca, heterossexual, classe alta, sem deficiência	Estabelecer-se enquanto empresária numa sociedade machista
Irmandade	justiça	Brasileiro / Séries policiais / Séries dramáticas sobre questões sociais	Cristina: mulher, negra, heterossexual, classe média, sem deficiência	Fazer justiça com as próprias mãos por desacreditar nas instituições
Ninguém Tá Olhando	universo teen/jovem adulto	Brasileiro / Séries de fantasia / Séries dramáticas	Uli: homem, branco, heterossexual, classe baixa (novo empregado), sem deficiência	Descobrir-se a si após decepcionar-se com o sistema de trabalho
O Escolhido	religião x ciência	Brasileiro / Suspense para TV / Séries dramáticas	Lúcia: mulher, branca, heterossexual, classe alta, sem deficiência	Levar ciência a uma comunidade extremamente religiosa
Sintonia	universo teen/jovem adulto	Brasileiro / Séries policiais / Música	Doni: homem, branco, heterossexual, classe baixa, sem deficiência. / Nando: homem, negro, heterossexual, classe baixa, sem deficiência. / Rita: mulher, negra, heterossexual, classe baixa, sem deficiência.	Doni busca a fama, Nando o sucesso profissional e Rita, sobrevivência em uma realidade dura das classes pobres de uma grande metrópole.

Boca a Boca	universo teen	Brasileiro / Séries de mistério / Séries teen	Chico: homem, branco, homossexual, classe média, sem deficiência. / Fran: mulher, negra, homossexual, classe baixa, sem deficiência. / Alex: homem, branco, heterossexual, classe alta, sem deficiência.	Os três protagonistas buscam seu 'lugar no mundo' enquanto tentam descobrir as causas e a cura de um novo vírus
Bom Dia, Verônica	violência doméstica	Brasileiro / Séries de mistério / Séries policiais	Verônica: mulher, branca, heterossexual, classe média, sem deficiência.	Justiça contra abusadores e homens violentos a partir de meios escusos
Onisciente	justiça	Brasileiro / Série de Ficção científica / Suspense para TV	Nina: mulher, branca, heterossexual, classe média, sem deficiência	Justiça contra o assassinato de seus pais a partir de meios escusos.
Reality Z	ganância	Brasileiro / Séries de Terror / Programas e séries brasileiras	Nina: mulher, branca, heterossexual, classe média, sem deficiência	Salvar vidas em um ambiente de ego e ganância
Spectros	universo teen	Brasileiro / Séries de fantasia / Séries baseadas em livros	Mila: mulher, branca (origem asiática), heterossexual, classe baixa, sem deficiência.	Impedir ex-torturador de controlar os mortos enquanto lida com suas questões familiares e de sua cultura.
Cidade Invisível	folclore	Brasileiro / Séries policiais / Séries de fantasia	Eric: homem, branco, heterossexual, classe média, sem deficiência	Desvendar uma série de assassinatos que estão ligados a tradições e costumes da vida ao redor da floresta amazônica.
Temporada de Verão	universo jovem adulto	Brasileiro / Séries teen / Séries dramáticas	Catarina: mulher, branca, heterossexual, classe alta, sem deficiência	Autoconhecimento diante de uma nova realidade social e financeira.
De Volta aos 15	universo teen / jovem adulto	Brasileiro / Séries baseadas em livros / Séries teen	Anita: mulher, branca, heterossexual, classe alta, sem deficiência	Autoconhecimento ao descobrir uma forma de voltar no tempo
A Sogra Que Te Pariu	família	Brasileiro / Sitcoms / Comédia para a TV	Isadir: mulher, negra, heterossexual classe média, sem deficiência (vivida pelo ator Rodrigo Sant'Anna)	Convivência harmônica com a família sem deixar suas manias de lado.

Maldivas	família	Brasileiro / Séries de mistério / Séries dramáticas	Liz: mulher, branca, heterossexual, classe alta, sem deficiência.	Descobrir como aconteceu a morte de sua mãe e reconciliar-se com sua história
Só Se For Por Amor	fama	Brasileiro / Música / Dramas românticos para TV	Deusa: mulher, branca, heterossexual, classe média, sem deficiência. / Eva: Mulher, negra, homossexual, classe alta, sem deficiência.	Sucesso no mundo musical sertanejo, que é muito duro para mulheres
Nada Suspeitos	família	Brasileiro / Séries de mistério / Séries policiais	Nunes: homem, branco, heterossexual, classe média, sem deficiência. / Yara: mulher, branca, heterossexual, classe média, sem deficiência	Nunes e Yara se juntam para desvendar morte de Jorginho
O Cangaceiro do Futuro	cangaço	Brasileiro / Comédias para a TV / Programas e séries brasileiras	Virguley: homem, branco, heterossexual, classe baixa, sem deficiência.	Salvar uma vila de um coronel corrupto e violento enquanto enfrenta perigos do cangaço.
Todo Dia a Mesma Noite	Justiça	Brasileiro / Séries baseadas em livros / Séries dramáticas sobre questões sociais	Pedro: homem, branco, heterossexual, classe média, sem deficiência	Justiça para vítimas de um incêndio
Olhar Indiscreto	tráfico de pessoas	Brasileiro / Séries de mistério / Séries policiais	Miranda: mulher, branca, heterossexual, classe média, sem deficiência.	Desvendar esquema de tráfico de mulheres usando meios escusos
Sem Filtro	fama	Brasileiro / Comédias para a TV / Programas e séries brasileiras	Marcely: mulher, branca, heterossexual, classe média, sem deficiência.	Fama nas redes sociais

Tabela elaborada a partir de dados coletados pela autora do texto no portal Netflix.

Tema central

A Netflix apresenta 12 temáticas mais proeminentes em suas obras. A maioria dos conteúdos, seis, trazem o tema do universo jovem adulto e teen. *Ninguém Tá Olhando*, *Sintonia*, *Boca a Boca*, *Spectros*, *Temporada de Verão* e *De Volta aos 15* tratam dos problemas enfrentados por jovens ao lidar com sua sexualidade e os dissabores do mundo adulto.

A busca por estabelecer-se enquanto um indivíduo é o principal desafio de Uli em *Ninguém Tá Olhando*. Como um anjo recém criado, ele questiona as regras de cuidado com os humanos a que está submetido. Quando descobre que todo o sistema é uma farsa, usa de meios escusos para conseguir o que quer: viver um romance com sua protegida na terra, Míriam. O relacionamento entre anjos e humanos é expressamente proibido, mas Uli paga o preço dessa transgressão enquanto tenta descobrir qual sua real vocação existencial. Sua história é uma metáfora para os desafios da vida adulta entre trabalho e vida amorosa, assim como descobrir e exercer sua própria identidade.

Sintonia também articula noções sobre a vivência violenta e desigual das favelas brasileiras com o universo de três jovens e suas descobertas. Os três protagonistas buscam sobreviver à sua maneira, burlando regras e até cometendo crimes. No entanto, os desafios enfrentados por eles dizem do seu lugar de jovens adultos em uma realidade complicada. Nando busca ter uma posição melhor junto ao mundo do crime, que é uma profissão para ele. É dali que ele tira o sustento de sua família e consegue respeito da sociedade ao redor. Matar uma pessoa, para ele, é apenas cumprir a ordem de uma chefe e, com isso, conseguir benefícios e respeito no ambiente ‘profissional’. Doni busca a fama através do funk e vê o futuro que planejou ruir quando roubam sua música autoral. Ele tenta reverter a injustiça com as próprias mãos. O universo da favela em que vive é impulsionador dos objetivos de sua vida adulta. Já Rita enfrenta a perda da mãe e busca ‘se virar’ com a venda ilegal de cosméticos e o tráfico de drogas. O ambiente do tráfico presente em sua história revela-se um caminho para encarar os desafios da vida adulta.

Em *Boca a Boca*, os três protagonistas buscam a cura para um novo vírus que afetou toda a cidade onde vivem. Ao mesmo tempo, eles lidam com a descoberta e as primeiras vivências de sua sexualidade em uma comunidade conservadora. Além disso, buscam estabelecer-se enquanto indivíduos perante seus pais, que possuem algumas atitudes que os adolescentes condenam.

Spectros é um combate entre o bem e o mal. Quem luta são os adolescentes e jovens adultos do bairro Liberdade, encabeçados por Mila. Ela é descendente de japoneses e mesmo enfrentando fantasmas, sua principal busca é a conexão com sua ancestralidade e, portanto,

com sua identidade. Assim como os desafios familiares e amorosos de Chico, Fran e Alex em *Boca a Boca*, ela também enfrenta conflitos com o pai e com sua afeição por Pardal.

Em *Temporada de Verão*, Catarina é uma jovem mulher que vê seu mundo perfeito desmoronar quando seu noivo a trai, sua mãe é presa e ela perde todos os seus bens. Forçada a trabalhar para se sustentar, ela enfrenta uma vida adulta ‘normal’ pela primeira vez. Ela precisa entender quem é sem o dinheiro da família e reconstruir sua vida enquanto enfrenta os problemas do trabalho num resort de luxo.

De Volta aos 15 entra no mesmo assunto da busca por autoconhecimento na fase jovem adulta ao mostrar que Anita consegue voltar no tempo. Na pele de si mesma aos 15 anos, ela busca tomar decisões melhores, baseadas em sua experiência posterior, e, assim, modificar sua vivência enquanto mulher adulta. No entanto, ela descobre que mudar ações do passado não melhoram sua vida atual como um passe de mágica e ela tem de enfrentar sua família, seu trabalho, seus amigos como qualquer pessoa.

Uli, Nando, Doni, Rita, Chico Fran, Alex, Mila, Catarina e Anita têm algo em comum: todos esses protagonistas buscam autoconhecimento e discutem as regras da sociedade em que vivem. O entendimento de si como indivíduo separado dos pais e dos amigos, das imposições e regras inerentes à fase adolescente e jovem adulta é algo que perpassa essas histórias de forma muito visível. Assim também com a insatisfação com o sistema, seja ele um sistema fantasioso angelical ou a dominação pelo dinheiro, é uma das características da juventude e esse aspecto é revelado de diversas formas nas obras da Netflix.

Com quatro títulos, a temática justiça aparece destacada em *O Mecanismo*, *Irmandade*, *Onisciente* e *Todo Dia a Mesma Noite*. Ruffo, de *O Mecanismo*, é um policial que tenta desvendar um esquema de corrupção e lavagem de dinheiro. Para conseguir informações, ele atua fora da lei e da sua função. Cristina, em *Irmandade*, junta-se a uma facção criminosa na esperança de conseguir justiça para seu irmão encarcerado. Nina, de *Onisciente*, quer descobrir quem matou seu pai e, para isso, quebra regras de privacidade e segurança de dados em um mundo vigiado por drones. Na busca de justiça por sua filha morta em um incêndio em *Todo Dia a Mesma Noite*, Pedro cria uma associação de pais para pressionar o poder público. Com exceção de Pedro, todos esses protagonistas se utilizam de meios escusos para conseguir justiça. Todos eles procuram, de uma forma ou de outra, atingir aquilo que é certo segundo suas próprias convicções. Ainda que se mantenha dentro dos parâmetros legais, a falta de confiança nas instituições de Pedro está bastante expressa na história que conta o incêndio na

Boate Kiss⁸¹.

A busca por justiça também está presente em outras seis séries: *3%*, *Bom Dia Verônica*, *Cidade Invisível*, *Maldivas*, *Nada Suspeitos* e *Olhar Indiscreto*. Cada um à sua maneira, os protagonistas estão envolvidos na investigação de crimes e tentam achar e punir os culpados ou consertar uma situação social que julgam estar injusta. Este último é o caso de *3%*, cuja busca central da personagem Michele é acabar com um processo de seleção de pessoas pobres, mas inteligentes, para viverem no Maralto, um lugar abastado e tranquilo. Assim, ela se envolve com um grupo que pretende representar resistência ao sistema de classes sociais arbitrário, sabotar o processo seletivo e encontrar seu irmão desaparecido. Verônica (*Bom Dia, Verônica*), Eric (*Cidade Invisível*), Liz (*Maldivas*), Nunes e Yara (*Nada Suspeitos*) e Miranda (*Olhar Indiscreto*) tentam desvendar os crimes de violência doméstica, assassinatos, incêndios suspeitos e desaparecimentos. Desses seis protagonistas, apenas Eric e Nunes são policiais e cumprem seu dever na investigação, apesar de excederem em certa medida suas funções na tentativa de solucionar os casos. Os demais são pessoas comuns, com outras profissões, que extrapolam seu dever civil para desvendar os crimes.

Ou seja, nas histórias contadas em Netflix, dez séries trazem protagonistas que buscam justiça com as próprias mãos por não confiarem no sistema de investigação e punição protocolares. Os adolescentes de *Boca a Boca* também seguem essa lógica do fazer com as próprias mãos algo que julgam que as instituições não são capazes de fazer. No caso dessa obra, os protagonistas buscam eles mesmos desvendar o vírus que se espalhou em sua cidade, julgando-se mais inteligentes e sagazes que os adultos. Novamente a falta de confiança em métodos e sistemas estabelecidos na sociedade está presente nas histórias da Netflix.

O tema da família é central em três títulos: *A Sogra que Te Pariu*, *Maldivas* e *Nada Suspeitos*. A primeira obra, uma sitcom, fala sobre o período de pandemia da Covid-19, em que Dona Isadir, uma aposentada, precisa ir morar com o filho Carlos e sua família. A comédia gira em torno dos conflitos nesse núcleo familiar a partir dessa convivência forçada. Liz conduz uma investigação paralela à das autoridades policiais em *Maldivas*, mas a sua motivação por desvendar como se deu a morte de Patrícia Duque é apenas a de se reconectar com sua mãe e seu passado. Na trama, Liz foi separada de Patrícia por sua avó Joana, que continua tentando separar as duas. *Nada Suspeitos* começa com uma reunião familiar nada convencional: amigos, amantes, ex e atuais se encontram para um jantar na casa de Jorginho,

⁸¹ *Todo Dia a Mesma Noite* é uma história baseada no livro homônimo de Daniela Arbex, jornalista que conta em detalhes o incêndio da Boate Kiss no dia 27 de Janeiro de 2013, na cidade de Santa Maria, estado do Rio Grande do Sul, no sul do Brasil.

um rico e corrupto empresário. Nessa noite, Jorginho é assassinado e todos são suspeitos. Yara, filha dele com a ex-esposa auxilia o detetive Nunes a desvendar o crime. Nunes quer limpar sua ficha policial mostrando-se capaz de resolver um crime sem trapalhada, já Yara quer descobrir porque o pai nunca a procurou. Assim, o tema dos conflitos gerados pela convivência familiar toma o centro das histórias contadas nessas três séries.

Parte da busca de Samantha (*Samantha!*), Cristina (*Irmandade*), Nina (*Onisciente*), Mila (*Spectros*) e Pedro (*Todo Dia a Mesma Noite*) é estabelecer a paz no seio familiar. Samantha recebe seu ex-marido em casa quando ele sai da cadeia, Cristina busca justiça e direitos humanos para seu irmão encarcerado. Nina busca justiça pelo pai e tem de lidar com o sentimento do irmão com relação a essa morte. Mila tem conflitos com o pai e sua própria ancestralidade. E tudo que Pedro quer é justiça para sua filha. Nesse sentido, pode-se considerar que oito títulos trazem de alguma forma os problemas da vida em família. Cabe ressaltar que todas as famílias dos protagonistas são formadas a partir do casamento de um homem com uma mulher e seus filhos. Ou seja, nenhuma família tem, por exemplo, um casal gay como principal.

A busca pela fama é a tônica em três títulos: *Samantha!*, *Só Se For Por Amor* e *Sem Filtro*. Samantha quer retornar aos palcos da televisão a todo custo. Deusa e Eva buscam reconhecimento no mundo da música sertaneja em *Só Se For Por Amor*. E Marcey quer ser influencer digital em *Sem Filtro*. Com exceção de Samantha, as protagonistas abandonam suas carreiras anteriores e deixam para trás família, noivo, e/ou brigam com membros da família para perseguir o sonho. Samantha mantém firme as rédeas da família, enquanto Deusa e Eva caem na estrada. Marcey chega a brigar com a mãe para largar a faculdade em busca de concentrar-se no novo ‘trabalho’.

Os oito temas centrais restantes tiveram apenas um título cada: luta de classes (3%), feminismo (*Coisa Mais Linda*), religião x ciência (*O Escolhido*), violência doméstica (*Bom Dia, Verônica*), ganância (*Reality Z*), folclore (*Cidade Invisível*), cangaço (*O Cangaceiro do Futuro*) e tráfico de pessoas (*Olhar Indiscreto*). Desses, *Reality Z* não foi renovada para uma segunda temporada. 3%, *Coisa Mais Linda*, *O Escolhido*, *Bom Dia, Verônica* e *Cidade Invisível* foram renovadas. Com destaque para 3% que teve quatro temporadas. *O Cangaceiro do Futuro* foi lançado em 2022 então é possível haver uma continuação e *Olhar Indiscreto* estreou em 2023 e também tem chances de ser renovada.

Poderíamos relacionar a temática de *Coisa Mais Linda* com a de *Bom Dia, Verônica*, por se tratarem de temas relacionados às lutas das mulheres na sociedade brasileira. De um lado, a liberdade sexual, econômica e física das mulheres nas décadas de 1950 e 1960. De

outro, a luta pelo fim de violências cometidas por maridos e figuras de autoridade (se levamos em consideração a segunda temporada de *Bom Dia, Verônica*) nos dias atuais. As duas séries possuem coadjuvantes com história de violência doméstica, um dos motivadores de Malu, que quer ajudar sua amiga, e o principal motivo de Verônica extrapolar suas funções de escritora para tentar salvar mulheres do jugo masculino.

De todos esses títulos, *Cidade Invisível* e *O Cangaceiro do Futuro* nos parece ser os que melhor combinam a temática da história à vivência e tradições brasileiras. O primeiro porque, ainda que se trate de uma investigação policial, versa sobre o nosso folclore, construído pela sabedoria popular há séculos. As figuras presentes em tela não poderiam com facilidade ser substituídas em outro contexto nacional, visto que implicam em seres protetores da Floresta Amazônica brasileira, com características peculiares desse ambiente. Existem, de fato, regiões da Bacia Amazônica localizadas na Colômbia, Peru e demais nações sul-americanas. Entretanto, o Curupira é um ser mítico proveniente do folclore indígena do Brasil, reconhecido por desempenhar o papel de guardião das áreas florestais e por infligir reprimendas aos indivíduos que adentram tais territórios com o intuito de realizar desmatamentos ou caçar animais.

O segundo, por tratar de um personagem bastante conhecido do sertão do Brasil, Lampião - o Rei do Cangaço. Virgulino Ferreira da Silva representa uma figura de extrema relevância na cultura brasileira, destacando-se por sua singularidade no contexto mundial. Ele foi um célebre líder cangaceiro que atuou no nordeste do Brasil durante a primeira metade do século XX. Sua figura transcende a mera conotação de bandido, pois se tornou símbolo de resistência, liberdade e valentia, encantando a imaginação popular com suas habilidades estratégicas e coragem inigualável. Lampião e seu bando estabeleceram um sistema de justiça próprio, adaptado às adversidades do sertão nordestino, e sua história tem sido transmitida oralmente e retratada em diversas formas de expressão artística, como literatura, música e cinema. Essa ímpar figura representa, assim, um legado cultural inigualável, enraizado na memória coletiva brasileira e reconhecido como uma das mais fascinantes e peculiares personalidades do mundo⁸².

As histórias nomeadamente baseadas em fatos (*O Mecanismo* e *Todo Dia a Mesma Noite*) certamente não surtiram o mesmo efeito de aproximação com a cultura local. Isso porque governos corruptos existem em diversas partes do mundo e, no caso da Boate Kiss podemos citar pelo menos um caso semelhante que ocorreu na Argentina. Ou seja, a mesma

⁸² Para saber mais sobre Lampião, acesse: <<https://mundoeducacao.uol.com.br/historiadobrasil/lampiao.htm>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

história também poderia ser contada por lá sem maiores constrangimentos na história contada.

No conjunto das 24 séries da Netflix, há ainda dois títulos que são iguais ou se assemelham a séries lançadas em outros países. *Reality Z* é baseada na obra televisiva britânica *Dead Set* (2008). Por mais que os roteiristas brasileiros tenham expandido a minissérie original colocando dinâmicas de poder e ganância locais, ainda foi possível contar a mesma história em solo brasileiro sem grandes mudanças.

Outro título que se assemelha a uma obra feita em outro país é *Coisa Mais Linda*. A obra guarda semelhanças com a espanhola *Las Chicas Del Cable* (2017-2020), que também traz quatro personagens de perfis diferentes que se unem contra o mundo patriarcal do início do século XX. Existe até uma personagem com o mesmo perfil em ambas as obras: uma jornalista loira que luta por causas feministas e vive sua sexualidade de forma mais plena do que as amigas. Um dos criadores, Giuliano Cedroni, conta em entrevista que a sua ideia original para a série é bastante diferente do que está em tela. A história foi modificada para atender às necessidades da Netflix⁸³.

Vale lembrar também que *Olhar Indiscreto* se assemelha a um clássico do suspense, dirigido pelo norte-americano Alfred Hitchcock (*Janela Indiscreta*, 1954). Da mesma forma que Miranda, na história em preto e branco, L.B. Jeffries passa o dia em sua janela, observando os prédios ao redor e também se envolve na investigação de um suposto crime quando sua vizinha desaparece. Apesar de se passar em uma grande metrópole brasileira, a história contada pela Netflix traz os mesmos argumentos iniciais e se assemelha a um produto conhecido mundialmente e, por isso também, o apelo global do conteúdo.

Interessante notar ainda que um dos títulos, *O Escolhido*, cuja temática gira em torno da luta da religião contra a ciência, é lançado em 2019. A data se dá pouco antes da pandemia de Covid-19.

Gênero

Como já dito anteriormente, a Netflix não trabalha com gêneros clássicos. A empresa opta por atribuir as chamadas *tags* para diferenciar seu produto e aproximá-lo dos nichos de audiência. A tática mercadológica adiciona palavras-chave em categorizações já conhecidas. Por exemplo, o gênero drama aparece como séries dramáticas e séries dramáticas sobre questões sociais. Assim, atribui-se uma temática aos dramas contados.

⁸³ Cedroni fala sobre a criação da série em entrevista ao podcast Primeiro Tratamento. Disponível em: <<https://www.primeirotratamento.com.br/2019/05/01/primeiro-tratamento-giuliano-cedroni-ep-75-roteiro/>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

Ao todo, 11 categorias são atribuídas às 24 obras. Cada obra recebe três *tags*, uma delas é sempre “brasileiro”. Naturalmente essa escolha se deve ao fato de que o portal produz e exibe em diversos países e, por isso, a necessidade de frisar a origem do conteúdo para seus assinantes.

As séries policiais e de suspense e mistério são as que mais aparecem, com sete conteúdos em cada categoria: *O Mecanismo*, *Irmandade*, *Sintonia*, *Bom dia, Verônica!*, *Cidade Invisível*, *Nada Suspeitos* e *Olhar Indiscreto* como séries policiais e *O Escolhido*, *Boca a Boca*, *Bom dia, Verônica!*, *Onisciente*, *Maldivas*, *Nada Suspeitos*, e *Olhar Indiscreto* como suspense e mistério.

Em seguida, as séries dramáticas comportam seis títulos: *Coisa Mais Linda*, *Ninguém Tá Olhando*, *O Escolhido*, *Temporada de Verão*, *Maldivas* e *Só Se For Por Amor*. As categorias ficção científica e fantasia, esses sim nomeando gêneros mais clássicos, abarcam quatro obras: *3%*, *Ninguém Tá Olhando*, *Onisciente* e *Cidade Invisível*.

Há quatro comédias. As categorias comédia e sitcom aparecem juntas em duas obras: *Samantha!* e *A Sogra que te Pariu*. Em outras duas, *O Cangaceiro do Futuro* e *Sem Filtro*, há apenas a indicação de Comédias para TV. Interessante notar que apesar de ambas trazerem o formato sitcom na categorização, apenas *A Sogra que te Pariu* parece seguir as soluções do formato com mais fidelidade, trazendo o recurso característico das risadas de fundo. Música e séries teen têm três conteúdos cada. Séries dramáticas sobre questões sociais e séries baseadas em livros aparecem em dois conteúdos cada. E o terror aparece apenas uma vez.

A Netflix também lança mão dos hibridismos genéricos para classificar suas séries, culminando em combinações mais tradicionais, como mistério e policial (*Bom Dia, Verônica*) e mistério e drama (*Maldivas*), mas também traz arranjos inusitados, como ficção científica e política (*3%*) e policial e música (*Sintonia*). A plataforma traz ainda uma aglutinação de etiquetas que se complementam, como policial e dramas sobre questões sociais (*Irmandade*) ou redundâncias como sitcom e comédia (*A Sogra Que Te Pariu*). Esses arranjos genéricos evidenciam a instabilidade intencional detectada por Smith-Rowsey (2016) ao estudar das *tags* do portal.

Em resumo, a Netflix adota uma abordagem diferente na classificação de suas obras, optando por atribuir *tags* que se aproximam dos nichos de audiência, em vez de utilizar gêneros clássicos. Essa estratégia permite adicionar palavras-chave que diferenciam e caracterizam o conteúdo. A referência à nacionalidade do conteúdo é sempre incluída como uma das *tags*, destacando a origem do material produzido pela plataforma. As séries policiais e de suspense e mistério são as mais presentes, seguidas pelas séries dramáticas. Gêneros mais

clássicos como ficção científica e fantasia também são representados, assim como comédia, música, séries teen e terror, cada um com sua parcela de obras.

A Netflix também utiliza combinações genéricas e híbridas para classificar suas séries, resultando em arranjos tradicionais e também inusitados. Em suma, a Netflix adota uma abordagem flexível e diversificada na classificação de suas obras, levando em consideração os interesses e preferências de seus públicos.

Perfil dos protagonistas

O Escolhido	Lúcia: mulher, branca, heterossexual, classe alta, sem deficiência	1			1		1		1					1
Sintonia	Doni: homem, branco, heterossexual, classe baixa, sem deficiência. / Nando: homem, negro, heterossexual, classe baixa, sem deficiência. / Rita: mulher, negra, heterossexual, classe baixa, sem deficiência.	1	2											
				1	2	3					3		3	
Boca a Boca	Chico: homem, branco, homossexual, classe média, sem deficiência. / Fran: mulher, negra, homossexual, classe baixa, sem deficiência. / Alex: homem, branco, heterossexual, classe alta, sem deficiência.			1	2	2	1	2	1	1	1	1		3
Bom Dia, Verônica	Verônica: mulher, branca, heterossexual, classe média, sem deficiência.			1				1			1			1
Onisciente	Nina: mulher, branca, heterossexual, classe média, sem deficiência	1				1		1			1			1
Reality Z	Nina: mulher, branca, heterossexual, classe	1				1		1			1			1

	média, sem deficiência												
Spectros	Mila: mulher, branca (origem asiática), heterossexual, classe baixa, sem deficiência.	1			1		1				1		
Cidade Invisível	Eric: homem, branco, heterossexual, classe média, sem deficiência		1	1		1			1				1
Temporada de Verão	Catarina: mulher, branca, heterossexual, classe alta, sem deficiência		1		1		1					1	
De Volta aos 15	Anita: mulher, branca, heterossexual, classe alta, sem deficiência		1		1		1					1	
A Sogra Que Te Pariu	Isadir: mulher, negra, heterossexual classe média, sem deficiência (vivida pelo ator Rodrigo Sant'Anna)		1		1		1			1			1
Maldivas	Liz: mulher, branca, heterossexual, classe alta, sem deficiência.		1		1		1					1	
Só se For Por Amor	Deusa: mulher, branca, heterossexual, classe média, sem deficiência. / Eva: Mulher, negra, homossexual, classe alta, sem deficiência.		2		1	1		1	1	1	1		1

Nada Suspeitos	Nunes: homem, branco, heterossexual, classe média, sem deficiência. / Yara: mulher, branca, heterossexual, classe média, sem deficiência	1	1	1	1	2			2			1	1	
O Cangaceiro do Futuro	Virguley: homem, branco, heterossexual, classe baixa, sem deficiência.		1	1		1				1			1	
Todo Dia a Mesma Noite	Pedro: homem, branco, heterossexual, classe média, sem deficiência		1	1		1			1				1	
Olhar Indiscreto	Miranda: mulher, branca, heterossexual, classe média, sem deficiência.	1		1		1			1				1	
Sem Filtro	Marcelly: mulher, branca, heterossexual, classe média, sem deficiência.	1		1		1			1			1		
Total		20	10	23	7	28	2	7	15	8	0	16	13	1

Tabela elaborada a partir de dados coletados pela autora do texto no portal Netflix.

As 24 obras de ficção seriada da Netflix produzidas no Brasil trazem 30 protagonistas. A maioria é mulher, branca, heterossexual, pertence à classe média e são jovens adultas. Não há nenhuma pessoa com deficiência ou criança como protagonistas e há apenas uma idosa alavancando a trama (Dona Isadir em *A Sogra Que Te Pariu*). Há, portanto, pouca diversidade de perfís, o que está desconectado de certa maneira da vivência social do Brasil.

Há apenas seis negros: uma de classe alta (Eva em *Só Se For Por Amor*), dois de classe média (Cristina em *Irmandade* e Isadir em *A Sogra que te Pariu*) e três de classe baixa (Nando e Rita em *Sintonia* e Fran em *Boca a Boca*). Eva é uma estudante e, portanto, pertencer a uma classe social mais alta não é mérito individual. Apenas Cristina tem certa posição social de destaque por ser advogada. No entanto, ela deixa o seu trabalho já nos primeiros momentos da história para unir-se à facção criminosa do irmão. Nando também está associado ao crime por ser retratado como um traficante. Os demais protagonistas negros são estudantes e uma viúva aposentada. Isso evidencia uma caracterização que mostra os negros em posição inferior na sociedade, seja por meio de uma pior condição financeira ou pela associação ao crime.

Dentre todos os protagonistas, apenas dois são homossexuais: Eva (*Só Se For Por Amor*) e Chico (*Boca a Boca*). Os dois são adolescentes e estudantes. Ou seja, não há nenhum adulto ou mesmo idoso retratados com diversidade sexual, mesmo que sejam 24 histórias diferentes.

Das 19 mulheres protagonistas, uma é representada por um ator homem vestido de mulher (Isadir em *A Sogra Que Te Pariu*). São quatro com profissões estabelecidas e atuam no mercado de trabalho: Cristina é advogada (*Irmandade*), Miranda é profissional de TI (*Olhar Indiscreto*), Nina é produtora de TV (*Reality Z*) e Verônica é escritã da polícia civil (*Bom dia, Verônica*). As demais são estudantes, donas de casa, aposentadas, entre outras.

A pouca pluralidade dos protagonistas vai contra o próprio discurso de marca do portal, que tem a diversidade como um dos elementos centrais. Nesse sentido, o discurso institucional figura apenas em uma tática comercial para angariar assinantes. Bianchini e Camirim (2019), ao analisar materiais promocionais da Netflix em contraponto com as produções originais, perceberam que em muitos casos não houve continuidade de séries que eram representativas das minorias (como em *Sense8*, 2015-2018). Apesar do clamor da comunidade LGBTQIA+, a série foi descontinuada por ser muito cara⁸⁴. No entanto, as

⁸⁴ Ver declaração do CEO da Netflix sobre *Sense8* e outros cancelamentos em: <<https://www.omelete.com.br/series-tv/sense8-uma-serie-cara-para-um-publico-minusculo-e-dificil-de-fazer-funcionar-diz-chefe-de-conteudo-da-netflix>>. Acesso em 28 jun. 2023.

autoras concluíram que, ao mesmo tempo, a plataforma possui alguns conteúdos cuja centralidade temática está voltada para as vivências de comunidades latinas, gays e negras, como em *Orange Is The New Black* (2013-2019) (BIANCHINI, CAMIRIM, 2019). A temática das vivências negras pode ser encontrada apenas em *Irmandade* e *Sintonia*. No entanto, não há uma série que aborde de forma contundente o tema da diversidade sexual no conjunto de obras originais produzidas no Brasil.

Em suma, a análise das obras de ficção seriada da Netflix produzidas no Brasil revela uma falta de diversidade nos protagonistas, que vai de encontro ao discurso institucional da plataforma, onde a diversidade é apresentada com centralidade. Essa falta de pluralidade revela uma lacuna no compromisso com a representatividade e o engajamento autêntico com as vivências e experiências de diversas comunidades brasileiras.

4.2.3 Globoplay *versus* Netflix

Tema central

Tabela 10. Temas em Globoplay e Netflix

Temas em Globoplay e Netflix				
#	Tema	Globoplay	Netflix	Soma
1	bullying	1		1
2	cangaço		1	1
3	crime e violência policial	3		3
4	dependência química	1		1
5	educação	1		1
6	fama	1	3	4
7	família	3	3	6
8	feminismo	1	1	2
9	folclore		1	1
10	ganância	1	1	2
11	justiça	1	4	5
12	luta de classes		1	1
13	meio ambiente	1		1
14	relacionamento amoroso	2		2
15	religião x ciência	1	1	2
16	tráfico de pessoas		1	1

17	universo infanto-juvenil	1		1
18	universo teen / jovem adulto	1	6	7
19	vida pessoal x vida profissional	3		3
20	violência doméstica		1	1

Tabela elaborada a partir de dados coletados pela autora do texto nos portais Globoplay e Netflix.

Ao tomarmos a temática principal das 46 séries estudadas, obtivemos 20 assuntos abordados no total, alguns deles presentes mais de uma vez nas séries da Globoplay e da Netflix. Os que mais apareceram foi: universo teen / jovem adulto (7), família (6), justiça (5) e fama (4).

A Netflix encabeça a maioria dos conteúdos que falam sobre os desafios de adolescentes e jovens adultos. Foram seis conteúdos contra apenas um da Globoplay. Esse fato pode indicar uma preocupação maior do portal estadunidense com o nicho de audiência dos jovens. As temáticas mais mostradas da plataforma estão conectadas com os dados que mostram que o público jovem procura mais os *streamings* do que a TV linear. Segundo pesquisa publicada pelo Instituto Datafolha em 2021, 28% dos jovens entre 16 e 24 anos não assistem à TV tradicional, buscando a TV linear apenas para *reality shows*. Para filmes e séries eles preferem a facilidade dos SVODs (GOES, 2021).

A estratégia das duas plataformas parece ser bastante díspar nesse contexto. Globoplay, mesmo que tenha produzidos duas temporadas de *As Five*, parece não se conectar com esse público jovem com as temáticas de suas séries. A análise mostrou que a maioria dos conteúdos neste portal se conectam com as lógicas das produções da TV linear⁸⁵. Seria essa uma estratégia para alcançar um público que hoje não está nos SVODs? Na mesma pesquisa Datafolha (GOES, 2021), detectou-se que 88% das pessoas com 60 anos ou mais preferem a TV tradicional. Ao produzir conteúdos que se assemelham aos produzidos para a TV linear, estaria a TV Globo criando para si um novo nicho de audiência que não acessa os SVODs? Seria essa uma tentativa de formação de público?

De qualquer maneira, a Globoplay registrou em janeiro de 2023 uma participação de mercado de 0,7% em termos de audiência, ao passo que a soma das demais plataformas de vídeo sob demanda atingiu apenas 0,5% (FLEISCHMANN, 2023). E o portal continua registrando bons resultados. O penúltimo título a ser lançado quebrou recordes. A segunda parte da novela *Todas as Flores* registrou 3,1 milhões de horas de consumo nos primeiros

⁸⁵ Em 2020 a Rede Globo encerrou a produção da *soap opera Malhação*, único conteúdo de ficção notoriamente voltado ao público jovem em sua programação. Só lembrando que *As Five* funciona como *spin-off* de uma das temporadas de *Malhação*.

cinco dias no ar. Isso significa 98% a mais do que a primeira parte, com aumento de 37% no número de assinantes⁸⁶. Depois disso, a plataforma emplacou outro sucesso: *Os Outros*. Mesmo sem ter sido totalmente disponibilizado no portal, a série foi considerada a maior audiência da Globoplay desde o seu lançamento e já garantiu a produção de uma segunda temporada, com gravação marcada para o segundo semestre de 2023⁸⁷.

Diante das evidências apresentadas, é possível concluir que a Netflix tem demonstrado uma clara dedicação em atender às demandas e interesses do público jovem, refletindo em sua ampla variedade de conteúdos voltados para essa faixa etária. Por outro lado, a Globoplay parece adotar uma estratégia distinta, buscando se conectar com um público que ainda se mantém mais ligado à TV tradicional. Ao criar produções que se assemelham à lógica da televisão linear, o Grupo Globo pode estar tentando atrair uma audiência que ainda figura tímido nas audiências do *streaming*. É notável que a Globoplay tem conquistado bons resultados, como evidenciado pelo sucesso de suas produções recentes. O êxito da novela *Todas as Flores* e o rápido desenvolvimento de uma segunda temporada para a série *Os Outros* são exemplos claros desse progresso. Assim, fica evidente que ambas as plataformas seguem estratégias distintas para conquistar seu público-alvo.

O único tema que aparece mais de uma vez e possui o mesmo número de títulos nos dois portais é o da família. Os conflitos familiares têm destaque em três séries em cada portal, somando seis conteúdos. Como já evidenciado, esse tema também perpassa tangencialmente outras três séries na Globoplay e cinco na Netflix. Ou seja, são 14 séries em que conflitos familiares fazem parte da trajetória dos protagonistas. Isso mostra uma forte demanda e interesse do público desses portais em explorar as dinâmicas e complexidades das relações familiares.

O fato de tanto a Netflix quanto a Globoplay investirem em produções que abordam esse tema reforça a relevância e a conexão emocional que ele possui com os espectadores. Essas séries oferecem uma oportunidade de reflexão sobre os desafios e dilemas que muitos jovens e adultos enfrentam dentro de suas famílias, ampliando a identificação e o engajamento do público. Além disso, a presença recorrente desse tema em ambas as plataformas sugere a sua universalidade e o potencial de gerar discussões significativas em diferentes contextos

⁸⁶ Ver informações em:

<<https://f5.folha.uol.com.br/colunistas/cristina-padiglione/2023/04/todas-as-flores-audiencia-da-novela-dobrou-na-reestreja.shtml>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

⁸⁷ Ver informações em:

<<https://www.tvpop.com.br/149754/os-outros-bate-recorde-de-audiencia-no-globoplay-e-ganha-segunda-temporada/>>. e

<<https://gshow.globo.com/tudo-mais/pop/noticia/os-outros-serie-do-globoplay-tem-segunda-temporada-confirma-da.ghtml>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

culturais. Nesse sentido, as séries sobre conflitos familiares se destacam como um elo entre as estratégias divergentes adotadas pela Netflix e pela Globoplay, demonstrando que a temática transcende as diferenças e dialoga com as experiências e aspirações de uma ampla audiência.

A justiça aparece como temática principal em cinco séries, mas tangencialmente em outras 12. Essa temática é mais explorada na Netflix (10) do que na Globoplay (7). No entanto, a maneira como essa justiça é buscada nas histórias é a mesma: a justiça pelas próprias mãos e a falta de confiança nas instituições. São 20 personagens desencorajados com o modo protocolar de investigação e punição e resolvem eles mesmos consertar as situações, seja juntando-se ou mundo do crime, comprando uma arma ilegal, ou desenvolvendo investigações paralelas às das autoridades. Na maioria das vezes, esses protagonistas extrapolam sua função ou quebram regras para atingir o objetivo almejado da justiça.

Nesse sentido pode-se perceber uma clara tendência dessas histórias em questionar a eficácia e a legitimidade das instituições responsáveis pela aplicação da justiça. Através dessas séries, tanto a Netflix quanto a Globoplay abordam a busca por uma justiça mais imediata e individualizada, na qual os protagonistas sentem a necessidade de agir por conta própria diante de um sistema que consideram falho ou corrupto. Essa temática revela uma reflexão profunda sobre os anseios e a desconfiança presentes na sociedade em relação às estruturas tradicionais de poder. Ao explorar essa abordagem comum, as duas plataformas captam a atenção do público ao apresentar personagens que desafiam o status quo e se envolvem em ações que questionam os limites da legalidade. Essa convergência na representação da justiça nas séries reforça a importância do tema e sua relevância para os espectadores, criando uma trama engajadora que estimula a reflexão sobre as dinâmicas sociais e os valores vigentes.

Com quatro títulos, o tema da fama aparece em seguida em nosso ranking. O tema é mais explorado na Netflix (3) do que na Globoplay (1). Em *Hensga Hits!* (Globoplay) e em *Só Se For Por Amor* (Netflix), a busca pela fama se dá a partir do desejo dos protagonistas de seguir carreira na música sertaneja. As duas séries foram lançadas no mesmo ano de 2022 e, em ambas, pelo menos uma das protagonistas tenta emplacar uma música composta por ela. O mercado fonográfico do Brasil e do mundo mudou bastante depois do lançamento dos *streamings* de música. Hoje em dia, dá-se menos atenção à venda de álbuns do que ao lançamento de um novo hit, pois o que vale é o número de acessos àquela faixa musical dentro de plataformas como Spotify, iTunes, Amazon Music e YouTube Music (MARCHI, 2020). Mas um fato pode ter gerado a inspiração para essas séries: a morte precoce da cantora e compositora Marília Mendonça em um acidente de avião em 2021. *Só se For Por Amor*

inclusive possui um personagem que morre nas mesmas circunstâncias no primeiro episódio. E a canção de Raíssa (*Hensga Hits!*) fala sobre o término do seu noivado, em que ela se sentiu empoderada para buscar seu sonho.

As protagonistas Raíssa e Eva (*Só Se For Por Amor*) se aproximam da figura da cantora brasileira, que começou como compositora aos 12 anos. As personagens são mais velhas do que Mendonça, mas seguem o sonho de ser cantoras/compositoras em um mundo que é semelhante ao enfrentado por Marília: extremamente masculino. Marília Mendonça ficou conhecida por suas músicas de empoderamento feminino⁸⁸.

A outra série com esse tema, *Sem Filtro* (Netflix), fala de uma busca que é bastante atual: a fama nas redes sociais. Os chamados “influencers” têm ganhado milhões apenas por compartilharem o seu lifestyle nas redes. Os perfis têm potencial para alcançar uma enorme base de seguidores, podendo gerar receitas superiores a 8 milhões de reais com apenas uma publicação no Instagram. Segundo um ranking feito pela Statista e Hopper, divulgados em 2022, o jogador de futebol Cristiano Ronaldo é o maior influenciador no Instagram. Para cada post do jogador, as marcas têm de desembolsar cerca de 8,02 milhões de reais⁸⁹. Marcey (*Sem Filtro*) está atrás desse dinheiro relativamente fácil e enfrenta o descrédito de amigos e parentes para se tornar uma influencer digital. Essa é talvez mais uma tentativa da Netflix em se aproximar do universo teen e jovem adulto, já que Marcey tem cerca de 18 anos e as redes sociais têm grande consumo entre essa faixa etária.

Já Samantha busca recuperar uma fama perdida na infância. A atriz e apresentadora mirim perdeu seu lugar sob os holofotes na idade adulta e ela tenta retornar aos palcos da televisão. O que a protagonista enfrenta não é somente a sua idade e ostracismo, mas, também, um novo mundo televisivo já impactado pelas transmissões e tecnologias digitais. Será que os mesmos atributos que a fizeram ter sucesso na infância poderão alçá-la à fama novamente? O conflito da personagem é atravessado, assim, pela contemporaneidade da era digital.

Essas séries retratam de maneira envolvente e atual a busca pela fama e reconhecimento em diferentes contextos, refletindo as dinâmicas da sociedade brasileira contemporânea. Ao explorar o sonho de se tornar cantora na música sertaneja ou a busca pela

⁸⁸ Ver mais sobre o feminismo de Marília Mendonça em:

<<https://www.terra.com.br/diversao/musica/o-legado-de-marilia-mendonca-talento-e-empoderamento-feminino.f0555a43c26d23df10a72242fb08a559srg93we0.html>> e

<<https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2021/11/05/marilia-mendonca-levou-o-feminismo-para-a-musica-sertaneja-relembre-frases.htm>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

⁸⁹ Informação disponível em:

<<https://exame.com/casual/os-10-influenciadores-que-mais-lucram-com-o-instagram/>>. Acesso em 28 jun. 2023.

fama nas redes sociais essas produções abordam temas em alta e despertam o interesse do público jovem e adulto. A morte precoce de Marília Mendonça, que pode ter inspirado parte dessas histórias, e a transformação do mercado fonográfico com o advento dos *streamings* de música evidenciam a influência do contexto cultural e tecnológico na criação dessas tramas. Além disso, a trajetória de Samantha mostra a intersecção entre o passado e o presente, em um mundo televisivo afetado pela digitalização e transmissões online. Essas séries proporcionam reflexões sobre as aspirações, os desafios e as transformações da sociedade atual, revelando a capacidade desses portais de dialogar e refletir sobre as experiências sociais e culturais contemporâneas.

Há três temáticas que encontram vazão na Globoplay e não possuem nenhum exemplar na Netflix: crime e violência policial, vida pessoal x vida profissional e relacionamento amoroso. Os títulos sobre crime e violência policial estão atrelados à temática de justiça, e, portanto, encontram semelhança com assuntos abordados na Netflix, principalmente no que diz respeito à busca por justiça com as próprias mãos e a descrença nas instituições.

Já vida pessoal x vida profissional e relacionamento amoroso não encontram correspondentes nas obras da Netflix. Por mais que um ou outro protagonista tenha um afeto amoroso com o qual tem de lidar em sua trajetória, como a própria Malu em seu relacionamento com Chico (*Coisa Mais Linda*) ou mesmo o conturbado romance entre Nina e Vinícius (*Onisciente*), essa não é a tônica principal dessas obras. O retrato do cotidiano profissional e pessoal e da busca por um par romântico são características das telenovelas da TV Globo. Produzir títulos com essas abordagens aproxima o conteúdo da Globoplay da TV linear, algo que corrobora com as evidências mostradas ao longo dessa análise. Enquanto na Netflix esses elementos desempenham um papel secundário, tais questões não são o foco central dessas produções. A Globoplay reforça as evidências de que está buscando atender a um público que ainda se identifica com essas temáticas mais tradicionais e que procura uma experiência mais próxima da televisão convencional.

Dessa forma, a diferenciação estratégica entre a Netflix e a Globoplay se torna evidente, com cada plataforma direcionando seus conteúdos para públicos específicos. Enquanto a Netflix prioriza temáticas contemporâneas e reflete as preferências do público jovem, a Globoplay busca manter uma conexão com o público tradicional, explorando histórias mais próximas das telenovelas. Essa diversidade de abordagens amplia as opções de entretenimento disponíveis para os espectadores, atendendo às diferentes demandas e interesses de suas audiências pretendidas.

Temas urgentes para o mundo atual, como o feminismo e o dilema religião *versus* ciência não são tão acionados. Cada tema aparece uma vez em cada portal. Mesmo que a situação da pandemia de Covid-19 tenha trazido à tona discussões anti-vacina e negacionistas, o questionamento da ciência aparece apenas em *Desalma* (Globoplay) e *O Escolhido* (Netflix). Neste último de forma mais contundente e explícita. No entanto, as duas obras foram renovadas para mais uma temporada, reforçando a importância do tema nos dias atuais.

A importância da preservação do meio ambiente aparece bastante clara em *Aruanas* (Globoplay), enquanto tangencial em *Cidade Invisível* (Netflix). De qualquer forma, as duas séries foram renovadas para uma segunda temporada. *Aruanas* foi lançada antes do exemplar da Netflix, o que pode ter influenciado o portal estrangeiro na criação de um conteúdo com essa temática. No entanto, há de se entender que as duas histórias tratam da Floresta Amazônica a partir de ângulos muito diferentes. A primeira por meio do ativismo social e o outro pela fantasia. *Aruanas* aborda o ativismo social e a preocupação com a floresta amazônica de forma mais direta, enquanto *Cidade Invisível* abraça a Floresta Amazônica através da lente dos seres míticos do folclore local. Apesar das abordagens divergentes, o fato de ambas as séries terem sido renovadas para uma segunda temporada evidencia o interesse do público por histórias que ressaltam a importância de proteger e valorizar o meio ambiente, cada uma à sua maneira.

Três títulos evidenciam maior conexão com a história cultural do Brasil. *Encantado's*, *Cidade Invisível* e *O Cangaceiro do Futuro* são obras que conseguem combinar de maneira hábil as temáticas de suas histórias com as experiências e tradições brasileiras. A primeira foi lançada pela Globoplay e as outras duas, pela Netflix. Em *Encantado's*, a paixão pelo Carnaval brasileiro é abordada de forma tangencial, porém significativa, evidenciando a festividade peculiar que se faz presente ao longo do ano. O protagonista, Eraldo, empreende esforços para garantir que sua irmã Olímpia não o afaste de sua vocação de manter a escola de samba em funcionamento. Essa história não poderia ser contada da mesma maneira em outro país, dada a intrincada relação com a cultura e a história brasileiras e as dificuldades enfrentadas pelos carnavalescos no país.

Em pesquisa de campo feita com profissionais do carnaval do Rio de Janeiro, Luderer (2012) enxergou problemas estruturais que interferem no ofício de planejar e criar enredos e fantasias para o desfile na avenida. Dentre as dificuldades, a autora aponta a falta de financiamento e estrutura adequados. A crise econômica e cultural provocadas pela Covid-19 mostraram ainda um cenário mais duro para os carnavalescos, que tiveram os desfiles

cancelados em 2021⁹⁰. Essas e outras dificuldades são retratadas na busca principal de Eraldo por manter o Grêmio Recreativo Escola de Samba Unidos do Vale Encantado em pleno funcionamento.

Cidade Invisível se destaca pela conexão com o folclore brasileiro, mesclando uma investigação policial com criaturas míticas profundamente enraizadas na sabedoria popular do Brasil ao longo de séculos. Esses personagens, principalmente aqueles associados à proteção da Floresta Amazônica, não podem ser facilmente substituídos em um contexto nacional diferente. Embora a bacia amazônica se estenda a outros países sul-americanos, os personagens com quem Eric interage representam aspectos singulares da identidade cultural do país. A busca do protagonista por solucionar o assassinato de sua esposa está entrelaçada com criaturas folclóricas e pela ânsia de preservar a mata nativa, o que, por sua vez, também está conectada com as personagens míticas.

O Cangaceiro do Futuro explora a vida de Lampião, que possui uma relevância imensa na cultura brasileira, representando mais do que apenas um bandoleiro, mas um símbolo de resistência, liberdade e valentia. Sua liderança no movimento do cangaço durante a primeira metade do século XX o tornou uma figura icônica, cativando a imaginação popular com suas habilidades estratégicas e coragem inigualável. A persona singular de Lampião representa um legado cultural profundamente enraizado na memória coletiva brasileira e reconhecido como uma das personalidades mais fascinantes e peculiares do mundo. A trama vivida por Virguley, ainda que mostrada em uma situação fantasiosa de viagem no tempo, está conectada com a história de Lampião, pois ele é confundido com o herói. É a partir dessa confusão que o usurpador vive suas aventuras e paixões.

Essas séries não apenas proporcionam entretenimento, mas também servem como testemunho do rico patrimônio cultural do Brasil. Ao incorporar elementos da história, folclore e tradições brasileiras, contribuem para a representação e preservação da identidade única do país no âmbito das histórias que circulam nos SVODs. Por meio da exploração dessas temáticas, reforçam a importância de abraçar e celebrar as diversas vivências que compõem o tecido cultural da sociedade brasileira. Essas produções incorporam elementos do Carnaval, do folclore brasileiro e da história do cangaço, que são intrinsecamente locais, proporcionando uma experiência autêntica e familiar aos espectadores brasileiros. Ao mesmo tempo, elas exploram questões ambientais, sociais e históricas que têm relevância global,

⁹⁰ Ver mais em:

<<https://revistaquem.globo.com/Entrevista/noticia/2021/10/volta-do-carnaval-apos-ano-pandemico-escolas-enfrentam-dificuldades-mas-sobra-esperanca.html>>. Acesso em: 28 jun. 2022.

ampliando sua apreciação para além das fronteiras nacionais.

Dito de outra forma, mesmo as produções que falam mais abertamente sobre a cultura local estão conectadas com a dinâmica local-global. Os demais 43 títulos analisados possuem cenários, idiomas, trilha sonora, equipe, atores e até fatos brasileiros, mas trazem protagonistas envolvidos em questões sociais relevantes no âmbito universal, como a justiça, a família, o autoconhecimento humano, o meio ambiente entre outros desafios do mundo contemporâneo.

Ainda que a Globoplay se posicione no mercado como um *streaming* feito para brasileiros, ela também se insere na dinâmica de produzir conteúdos que abordam questões globais relevantes. Apenas um conteúdo dos 22 produzidos mantém elementos distintos e identificáveis com a cultura local de forma mais robusta. A plataforma usa sua expertise em produção de telenovelas para aproximar o conteúdo do SVOD da programação linear. No entanto, ela não usa seu background como profunda conhecedora da cultura local para explorar elementos mais intrínsecos à história cultural brasileira em suas obras. Ao retratar o carnaval por meio da paixão de Eraldo, a Globoplay atinge tangencialmente a cultura daqueles que se dedicam durante todo o ano para as festividades carnavalescas. Não fica clara a dimensão cultural e histórica do carnaval na vida de milhares de carnavalescos Brasil afora. A plataforma deixa de lado os relatos da nação para aproximar-se do conteúdo local-global de suas concorrentes.

Netflix, a seu turno, mesmo que em apenas dois conteúdos de um total de 24 séries produzidas, explora com mais profundidade dois aspectos culturais locais: o folclore e o cangaço. *Cidade Invisível* é definitivamente um *thriller* que segue uma investigação de assassinato, mas é cheia de magia e eventos sobrenaturais enraizados no folclore brasileiro. Personagens que antes só existiam em livros e histórias infantis brasileiras ganharam vida nas telas como personagens *live-action*. Em *O Cangaceiro do Futuro*, uma história de viagem no tempo com muito tiroteio e valentia ganha sotaque nordestino. Mas não apenas sotaque: cores, ambiente e personagens icônicos. Sabemos da interferência da cultura dos algoritmos na criação das histórias do *streaming*. Nessas três obras, porém, acima da dinâmica local-global, de alguma forma, os criadores dessas histórias fizeram os ajustes necessários e administraram os requisitos dos portais para que o local figurasse com robustez.

Gênero

Como mencionamos anteriormente, a Globoplay e a Netflix utilizam categorias diferentes para classificar suas produções. A Globoplay se vale de gêneros clássicos e

hibridismos mais convencionais e a Netflix prefere palavras-chave mais específicas. Os modos de contar mais recorrentes, no entanto, estão atrelados à poética do drama. O *streaming* brasileiro sinaliza a presença desse gênero 14 vezes, enquanto a Netflix coloca a palavra drama em oito títulos.

A Globoplay tem mais conteúdos de comédia do que policiais e de ação, enquanto a Netflix aposta no mistério e nas tramas policiais. A primeira dá menos atenção ao universo musical, com um título nessa categoria. Já a segunda tem três conteúdos com a etiqueta “música”.

Notamos ainda que a Globoplay atribui dois gêneros em dez títulos, dois deles geram o gênero híbrido da dramédia. A Netflix atribui sempre três classificações. Isso indica mais uma vez que a Globoplay aposta na tradição da TV enquanto a Netflix busca especificar mais a sua descrição a fim de atrelar os conteúdos a audiências de nicho.

A Globoplay segue uma estratégia de conectar seu conteúdo de SVOD aos cânones e histórias da programação e história da TV Globo. Enquanto isso, a Netflix busca se distanciar da TV linear. No entanto, alguns aspectos da abordagem de etiquetas da Netflix mostra uma aproximação com a cultura televisiva local. Na Figura 8, Netflix destaca um de seus novos conteúdos para o usuário: *Glamorous* (2023), uma série de ficção com dez episódios produzida nos Estados Unidos. Uma das atrizes principais é Kim Cattrall, conhecida por seu trabalho como Samantha Jones na série da HBO, *Sex And The City* (1998-2004). A primeira das características anunciada é “Gostinho de novela”:

Figura 8. Anúncio de *Glamorous* na Netflix

Screenshot do aplicativo Netflix em 22 de Junho de 2023 / Reprodução

Ou seja, mesmo que busque diferenciar-se no mercado brasileiro ao adotar práticas industriais inovadoras, a Netflix também se vale de estratégias para aproximar-se do público local, acostumado com telenovelas, gêneros canônicos, relatos da nação, etc. Além disso, como mencionado no capítulo 4.1, a empresa adquire telenovelas regionais para seu catálogo que chegam a ser os produtos mais consumidos no Brasil. Isso evidencia que a plataforma adentra territórios nacionais com poderio econômico, trazendo o legado de Hollywood para os diversos mercados, porém ainda precisa sinalizar coerência com as audiências pretendidas em cada país. A flexibilidade das etiquetas serve a esse propósito, pois pode moldar-se aos diversos nichos e momentos de consumo com mais facilidade do que os gêneros canônicos.

Por outro lado, a Globoplay investe em seu público cativo, acostumado a acionar os mesmos requerimentos culturais para acessar os conteúdos classificados com gêneros tradicionais. Nesse ponto, ela possui estratégia coerente com a aproximação pretendida de públicos brasileiros, numa convergência entre o que oferece na programação linear e na digital.

Perfil dos protagonistas

Tabela 11. Protagonistas da Globoplay e Netflix

Protagonistas da Globoplay e da Netflix													
Portal	Gênero		Raça		Sexualidade		Classe Social			Com Deficiência	Idade		
	mulher	homem	branca	negra	Hetero	Homo	Alta	Média	Baixa		Criança / teen / jovem adulto	Adulto	Idoso
Globoplay	19	11	24	6	29	1	14	13	1	1	8	21	1
Netflix	20	10	23	7	28	2	7	15	8	0	16	13	1
Total	39	21	47	13	57	3	21	28	9	1	24	34	2

Tabela elaborada a partir de dados coletados pela autora do texto nos portais Globoplay e Netflix.

Analisando numericamente o perfil dos protagonistas das 46 obras desse *corpus*, percebemos que são histórias que versam em sua maioria sobre um mesmo rol de dilemas. Se todas essas produções fossem apenas uma história, esse seria um conto sobre a mulher branca heterossexual de classe média, sem deficiência na fase adulta da vida. Afinal de contas, apenas uma mulher negra em todas essas séries protagoniza a luta pela preservação do meio ambiente, algo bem diferente de sua vivência enquanto mulher negra. Mas, claro, a Verônica de *Aruanas*, por ser da alta sociedade, pode ter dilemas outros que não o racismo, a fome e a busca por sobrevivência numa sociedade violenta.

Enquanto as mulheres negras dessas histórias possuem preocupações mais básicas de sobrevivência, as mulheres brancas retratadas “podem” se ocupar de um conflito com vizinhos ou mesmo extrapolar sua posição profissional para tentar salvar uma mulher da violência doméstica. Ainda assim, essas mulheres não ocupam altos cargos políticos ou posições profissionais importantes no mercado de trabalho. Ao homem negro policial representado aqui só cabe a dúvida sobre sua idoneidade. E a personagem negra só altera sua condição social quando ganha bolsa de estudos nos Estados Unidos. Cristina, em *Irmandade*, também conseguiu ascensão social através dos estudos ao se tornar advogada, mas acaba se envolvendo no mundo do crime junto do irmão, que é chefe de uma facção criminosa.

E quanto aos personagens homossexuais? Que lugar da trama os cabe? Por enquanto, são apenas três em 60 protagonistas, cinco por cento do total. Dois deles são adolescentes e uma é jovem adulta. Será mesmo que na sociedade brasileira não há homossexuais adultos ou idosos? Ou seus conflitos não são interessantes o suficiente para figurarem nas telas dos SVODs?

Há apenas uma protagonista criança e duas idosas. A maioria dos protagonistas (34) está em idade adulta, ainda que exista grande número de obras que versam sobre o universo teen e jovem adulto. E apenas uma possui alguma deficiência. A escassez de pluralidade de perfis revela uma proximidade com as histórias contadas pelas telenovelas da TV Globo e distanciam-se da ‘promessa de diversidade’ da Netflix.

As evidências encontradas nessa análise mostram a presença nos dois portais de uma faceta do capitalismo contemporâneo. Segundo Melamed (2011), o neoliberalismo corrobora apenas com a multiculturalidade representada no consumo. Ou seja, o contexto econômico atual exige que sejam feitas trocas culturais para além-fronteiras, mas a diversidade só é valorizada quando se concretiza no consumo. Sendo assim, é possível que histórias com protagonistas que representam as minorias não tenham tanto apelo quanto as histórias sobre pessoas brancas heterossexuais.

Essa falta de representatividade e diversidade nos perfis dos protagonistas das produções da Netflix no Brasil evidencia uma lacuna significativa na abordagem das vivências sociais do país. Ao negligenciar a inclusão de grupos historicamente marginalizados e perpetuar estereótipos e desigualdades, tais produções perdem a oportunidade de ampliar a conscientização e o entendimento sobre as diversas realidades e experiências vividas por diferentes segmentos da sociedade brasileira.

CONCLUSÃO

A indústria da mídia que se estabelece no Brasil não coloca a Globoplay e a Netflix como oponentes diretos. Cada portal possui estratégias diferentes de público, de financiamento e de construção de catálogo. Por muitos anos, Netflix teve superioridade em número de assinantes. Agora, Globoplay ultrapassou em número, mas não significa que Netflix vai deixar de apostar e investir no Brasil como um de seus maiores mercados.

Com esta análise, pudemos enxergar que, apesar dos Estúdios Globo e outras empresas do grupo serem coordenadoras do conteúdo em tela, as produtoras contratadas e os profissionais envolvidos são basicamente os mesmos da Netflix. O que significa que o modo de contratação e o perfil da linha de produção parecem ser semelhantes em ambos os serviços. Netflix se posiciona como uma marca progressista e diversa, Globoplay aposta nos seus anos de experiência entre a audiência brasileira para experimentar formatos e exibições diferentes. Globoplay usa toda a sua estrutura de estúdios, autores e atores para criar conteúdos dentro do

seu perfil e padrão de produção. Netflix precisou encontrar seu espaço junto ao público nacional.

O ponto mais crítico que encontramos nos modos de produção desses *streamings* foi a situação vulnerável em que os profissionais se encontram para realizar as obras. Garantir atuação nessas séries significou um passeio entre as poucas produtoras contratadas para o serviço. Além disso, o pequeno número de profissionais contratados não reflete a totalidade do mercado audiovisual no país, criando um círculo fechado de profissionais que estariam aptos a escrever para os SVODs. Como se diz no Brasil: há uma ‘panelinha’ de pessoas contratadas por outra ‘panelinha’ de produtoras que estão sempre contratando com os *players*.

Enquanto investimentos de milhões são feitos nas histórias, o governo brasileiro e todo o audiovisual perde quando essas produções não são devidamente regulamentadas. Além disso, os profissionais apenas ficam com uma pequena fatia, não podendo, inclusive, serem donos de suas próprias escritas⁹¹. Escritores parecem atuar como máquinas de escrever, acionadas pelos objetivos de marca dos portais. Em tempos de Chat GPT, qual será o futuro dos profissionais da contação de história audiovisual no Brasil?

A pouca diversidade entre os contratados, seja ela numérica, de gênero ou raça também nos preocupa. Por mais que os conteúdos chefiados por mulheres tenham maioria feminina nas salas de roteiro, a iniciativa ainda é tímida para a conquista de uma verdadeira representatividade. Dos roteiristas recontratados, a maioria é branca e está em início de carreira. Onde estão os outros profissionais? Os mais experientes com bagagem no cinema e outras produções? E os demais jovens roteiristas? Eles existem e não possuem visibilidade ou nem chegam a se formar como tais? Essa nova geração de autores vai se estabelecer no mercado ou serão substituídos por mão de obra mais jovem e barata nos próximos anos?

Quanto às temáticas das obras estudadas aqui, percebemos uma atenção especial à busca pela justiça. A falta de confiança das instituições públicas é uma tônica recorrente que movimenta os protagonistas a buscarem vingança e justiça com as próprias mãos, se envolvendo em investigações paralelas às oficiais da polícia e até entrando para o mundo do crime. Um olhar mais amplo diante dessas histórias nos permite inferir que a sociedade é retratada como estando doente e desamparada das instituições.

Mas que sociedade é essa? A brasileira? Não cremos. Embora as histórias sejam contadas no Brasil, elas poderiam se passar em qualquer lugar. Um vírus novo que abala os

⁹¹ Ver mais em:

<<https://www.uol.com.br/splash/noticias/2021/07/19/regular-o-streaming-nao-e-apenas-sobre-o-dinheiro.htm>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

moradores de uma pequena cidade; um garoto que sofre bullying e essa violência escala causando grandes consequências; quatro amigas que lutam pela emancipação feminina em uma sociedade machista; entre outros. Qualquer dessas tramas não traz nada específico de Brasil. Esta última, por exemplo, evidencia semelhanças inconfundíveis com a trama de *Las Chicas Del Cable* (2017-2020), série espanhola disponível na Netflix.

Em Globoplay, há evidências de aproximação com a programação linear da TV Globo, no entanto, a maioria das séries deste portal não versa sobre características particulares brasileiras. Mesmo as histórias as baseadas em fatos, como *A Divisão* e *Rota 66*, poderiam ser contadas em outras localidades que carregassem contextos de violência semelhantes. *Rota 66* poderia, com algumas adaptações, recontar, por exemplo, a história de George Floyd, um homem negro assassinado por abuso de força de um policial nos Estados Unidos em 2020. *Aruanas* trata do garimpo ilegal na Floresta Amazônica, mas esse fato não é exclusivo da parte brasileira da floresta. O desmatamento de florestas tropicais para exploração do solo é problema no mundo inteiro. Segundo relatório publicado em 27 de junho de 2023 pelo Global Forest Watch, a destruição de florestas tropicais aumentou 10% em todo o globo no último ano⁹².

Existem, sim, traços da cotidianidade enfrentada pelos brasileiros e vivências de nossa gente. No entanto, essas amostras de Brasil não se comparam em termos de profundidade e conexão com a história cultural local dos relatos da nação sobre os quais Lopes (2009) escreveu ao analisar as telenovelas da Rede Globo. A pouca presença de um Brasil figurando com mais vigor nessas séries indica uma aproximação da Globoplay com a dinâmica local-global.

A Netflix também segue esse modelo e o motivo principal é estar presente em diversas partes do mundo. Da mesma forma que na Globoplay, as histórias baseadas em fatos que aconteceram no Brasil, como em *O Mecanismo* e *Todo Dia a Mesma Noite*, está centrada em buscas pessoais dos protagonistas, que são mais universais. O que significa que não são histórias essencialmente brasileiras, por assim dizer. A exemplo do que foi feito em *La Casa de Papel - Coreia*, *O Mecanismo* poderia contar, na Itália, a história da Operação Mãos Limpas, de 1992. Os ajustes da dinâmica local-global não seriam muito complexos já que a Operação Lava-Jato, inspiração da série, guarda semelhanças com a operação italiana⁹³. *Todo*

⁹² Ler mais em:

<<https://g1.globo.com/bom-dia-brasil/noticia/2023/06/27/desmatamento-das-florestas-tropicais-aumentou-15percent-no-brasil-em-2022-aponta-estudo.ghtml>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

⁹³ Ver mais sobre a operação italiana em:

<https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/03/160316_lavajato_dois_anos_entrevista_lab>. Acesso em 28 jun. 2023.

Dia a Mesma Noite poderia ter recontado o incêndio da boate Cromagnon de Buenos Aires, que deixou 194 mortos em 2014, evento trágico muito semelhante ao da Boate Kiss⁹⁴.

Destacamos três títulos (um da Globoplay e dois da Netflix) cujas características da história mostram atributos intrínsecos à tradição cultural do Brasil ao mostrar o carnaval (*Encantado's*), o folclore (*Cidade Invisível*) e o cangaço (*O Cangaceiro do Futuro*) com certa fidelidade. Se a dinâmica local-global implica que o aspecto local seja abordado de maneira periférica (por meio de trilhas sonoras, cenários, idioma, etc.), então essas obras vão além. De forma distinta, foi possível observar nas temáticas singulares e nas buscas dos protagonistas conexões mais profundas com a representação da cultura brasileira. Apesar da influência dos algoritmos no processo de criação das narrativas de *streaming*, os responsáveis por essas três obras conseguiram adaptar e gerenciar as demandas das plataformas para assegurar uma representação consistente dos elementos locais.

Ao voltarmos nosso olhar para os protagonistas, identificamos que a maioria das séries traz protagonistas femininos. Mas as posições ocupadas por essas mulheres são, de certa forma, desimportantes no contexto social, evidenciando uma baixa diversidade na representação da mulher brasileira. Os protagonistas homossexuais quase não aparecem. Os negros tampouco. Há apenas uma protagonista com deficiência, mas teve suas dificuldades invisibilizadas quando a trama fê-la voltar a enxergar quase como um passe de mágica.

Em um país de origem conservadora, com costumes tradicionais e um congresso também conservador, não é surpresa que haja também uma televisão conservadora. Uma pena que os discursos progressistas, pelo menos da Netflix, estejam apenas nas peças de publicidade. A Globoplay sequer tem um discurso de diversidade atrelado à sua marca. Afinal, o que vende são histórias sobre os conflitos de mulheres brancas? É isso que os brasileiros e o mundo - no caso da Netflix - gostam de assistir? As nossas constatações nesse trabalho reforçam a ideia de que há uma cultura do algoritmo voltada para uma elite que pretende invisibilizar o seu oposto.

A Globoplay, por toda sua experiência em contar relatos da nação, poderia naturalmente mostrar uma simbiose maior entre seu público e suas histórias. No entanto, segue a mesma falta de diversidade que o *player* global. Ela embarca no “efeito Netflix” de contar histórias com traços locais para um público global, seguindo a dinâmica local-global. A empresa brasileira contrata, inclusive, as mesmas produtoras independentes que a Netflix. Isso

⁹⁴ Ver mais em:

<<https://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/2014/01/27/em-tragedia-argentina-semelhante-a-kiss-prises-sairam-so-depois-de-8-anos.htm>>. Acesso em 28 jun. 2023.

tudo enquanto possui todas as “cartas na manga” para fazer diferente e melhor para a audiência local: poder financeiro, credibilidade, audiência cativa e, com isso, liberdade de experimentação.

Já que não possui a preocupação de contar histórias globais por se dispor a atender audiência brasileira, o *streaming* brasileiro perde a oportunidade de trazer mais brasilidade para seu *storytelling*. Se o tempo todo falamos em nicho de mercado, a Globoplay deixa de conquistar o maior nicho do país, entregando-o com facilidade para o folclore brasileiro de *Cidade Invisível*, o fato de *Todo Dia a Mesma Noite*, a realidade carcerária de *Irmandade*, a corrupção de *O Mecanismo*, e tantas outras histórias que talvez ela, por todo seu arcabouço cultural e industrial, teria contado melhor.

O Mecanismo nos parece um exemplo perfeito de como a Globoplay poderia ter contado melhor essa história do que a Netflix. Na época do lançamento da primeira temporada, muita polêmica foi levantada sobre as inverdades em tela, que distorceram e até contrariaram os fatos. Uma fala em especial foi muito criticada por levar o espectador menos atento ao erro histórico. Na série, o personagem João Higino representa o presidente Luís Inácio Lula da Silva e, em dado momento, ele fala a frase “Precisamos estancar essa sangria!” em referência a paralisar de forma arbitrária uma investigação da polícia federal que, ao final, poderia atingi-lo. Na realidade, essa frase foi dita pelo então senador Romero Jucá, investigado por corrupção na famosa e também corrupta Operação Lava-Jato⁹⁵. O criador da série, José Padilha, alegou licença poética dos escritores afirmando que a Netflix deu liberdade de contar essa história sobre um mecanismo de corrupção, não apontando apenas um culpado pelo sistema desonesto do país⁹⁶. Será que Padilha contaria essa mesma história distorcida na Globoplay? Difícil dizer se ele teria a mesma liberdade em um grupo tradicional como o da Globo, que supervisiona todos os conteúdos de perto. O que podemos ressaltar é que a TV Globo produziu diversos conteúdos sobre corrupção e política ao longo de sua história e nunca se envolveu em polêmicas como essa de *O Mecanismo*.

Na nossa avaliação, a Globoplay perde em se aproximar das formas de contar desconectadas do Brasil. Onde estão as histórias de sertão e terra tão bem contadas em *Velho Chico* (2016) e *O Rei do Gado* (1996-1997)? Onde estão as tramas sobre a ‘briga’ entre o rural e o urbano como o sucesso estrondoso de *Chocolate com Pimenta* (2003-2004)? Onde

⁹⁵ Ler mais sobre as polêmicas da série em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-43550506>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

⁹⁶ Ler mais em:

<<https://www.terra.com.br/diversao/cinema/o-mecanismo-jose-padilha-comenta-criticas-sobre-colocar-lula-falando-frase-de-romero-juca,5d89ce9a5e838fd0fa26c2a34f15c9dc54trjcnz.html>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

estão os contos espíritas, doutrina essencialmente brasileira tão bem retratada em *A Viagem* (1994), *Alma Gêmea* (2005-2006) e *Além do Tempo* (2016)? Se pudermos ir mais além: onde está a audácia de *Beto Rockefeller* (TV Tupi) e *Pantanal* (TV Manchete)? A Globo tem o *know-how* para contar histórias do nosso povo para o nosso povo. Por que não o faz? Só nos resta aguardar as ‘cenas dos próximos capítulos’.

Nosso caminho a partir dessa tese é continuar investindo na compreensão do fenômeno da produção original para o *streaming*. Até aqui podemos afirmar que a dinâmica local-global está presente nos portais estudados de forma bastante clara, pois a maioria dessas produções traz temáticas universais e mostra apenas traços do Brasil. A marcação genérica e de etiquetas mostra avanços de um hibridismo genérico, mas que está fortemente conectado com a chave poética do drama. Dentre os protagonistas, há pouca diversidade de vivências, invisibilizando questões de gênero, raça, de inclusão da pessoa com deficiência, e de liberdade identitária e sexual. E, por fim, a atuação dessas empresas mostra uma indústria pouco acolhedora e aberta a novos talentos, além de uma precarização trabalhista dos profissionais do audiovisual.

É fundamental que a indústria do entretenimento reconheça seu papel na construção de histórias mais inclusivas e representativas, buscando ampliar a diversidade de protagonistas e abordar temáticas relevantes para uma sociedade plural e igualitária. Da mesma forma, é urgente que as entidades de classe sejam ouvidas para que a indústria do audiovisual brasileira possa se fortalecer diante da nova realidade da produção e distribuição digital. Somente assim será possível romper com as limitações impostas pelo sistema dominante e promover uma verdadeira mudança na forma como as histórias são criadas, produzidas e compartilhadas.

Aos olhos dessa cartógrafa, o mapa do *streaming* original do Brasil revelou-se vasto e exuberante, com solo generoso, pronto para o cultivo. Porém, nesse exercício de cartografia, também foram vislumbradas áreas marcadas pela erosão e carência de nutrientes, clamando por adubação.

REFERÊNCIAS

ALTMAN, Rick. A Semantic/Syntactic approach to film genre. In: GRANT, Barry K. (ed.). **Film Genre Reader**. p. 26-40. Austin: University of Texas Press, 1986.

ANCINE. **Recolhimento da Condecine**. 01 de dezembro de 2014. Disponível em: <<https://www.gov.br/ancine/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/condecine>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

ANCINE. **Ancine divulga panorama sobre serviços de vídeo por demanda**. 02 de março de 2023. Disponível em:

<<https://www.gov.br/ancine/pt-br/assuntos/noticias/ancine-divulga-panorama-sobre-servicos-d-e-video-por-demanda>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

ANDERSON, Chris. **The Long Tail: The New Economics of Culture and Commerce**. New York: Hyperion, 2006.

APOLINÁRIO, Sônia. 'Rá-Tim-Bum' Vira um Castelo na TV Cultura. **O Globo**, 1993. Disponível em: <<https://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

ARANTES, Livia M. C. **Quem a Netflix pensa que somos?: Estratégias de comunicabilidade dos vídeos de divulgação da série Orange is the New Black voltados à audiência da América Latina**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Minas Gerais, p. 144, 2021.

BARROSO, Roberta F.C.; CAPDEVILLE, Samantha C. Análise do potencial da lei da TV paga para descentralização dos recursos disponíveis no setor audiovisual brasileiro. In: PEREIRA, Denise (org.). **Cultura, História e Sociedade Global**. p. 29-36. Ponta Grossa: Athena Editora, 2020.

BIANCHINI, Maíra; CAMIRIM, Bárbara. Mais Histórias, Mais Vozes: Netflix e a promessa da diversidade na tela. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**. v. 17, n. 31. p. 156-166. 2019. Disponível em:

<<http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/552>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

BIELBY, Denise D. Gender inequality in culture industries. In.: CARTER, Cynthia; STEINER, Linda; MCLAUGHLIN, Lisa (eds.). **The Routledge Companion to Media and Gender**. p. 137-146. Routledge: New York, 2014.

BIELBY, Denise D.; HARRINGTON, C. Lee. **Global TV: Exporting television and culture in the world market**. New York: NYU Press, 2008.

BOYD, Danah. Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, dynamics, and Implications. In: PAPACHARISSI, Zizi (ed.). **Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites**. p. 39-58. Routledge: New York, 2010.

BRANDÃO, Cristina. As primeiras produções telefônicas. In: RIBEIRO, Ana P.G; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco(orgs.). **História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. p. 37-55. São Paulo: Contexto, 2010.

_____. A radicalização de Beto Rockfeller: O discurso contemporâneo da telenovela brasileira. In. COUTINHO, Iluska; SILVEIRA JR., Potiguara M. **Comunicação: tecnologia e identidade**. p. 165-181. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

BRASIL. **Lei Nº 12.485**, de 12 de setembro de 2011. Dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 2011.

BRAUN, Joshua A. **This Program Is Brought to You By...**: Distributing Television News Online. New Haven, CT: Yale University Press, 2015.

_____. Transparent Intermediaries. In: HOLT, Jennifer; SANSON, Kevin (eds.). **Connected Viewing**. p. 124-143. New York: Routledge, 2014.

BUONANNO, Milly. Seriality: development and disruption in the contemporary media and cultural environment. **Critical Studies in Television**. v. 14, n.2, p. 187-203. 2019. DOI: <https://doi.org/10.1177/1749602019834667>

CALABRE, Lia. No tempo das radionovelas. **Comunicação & Sociedade**. v. 29, n. 49, p. 65-83. 2008. DOI: <https://doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v29n49p65-83>

CALDWELL, John T. **Production Culture**. Industrial Reflexivity and Critical Practice in Film and Television. Durham: Duke University Press, 2008.

CANDIDO, Antonio. **Literatura e Sociedade**. São Paulo: Cia. Editora Nacional, 1965.

CANNITO, Newton G. **A TV 1.5**: A televisão na era digital. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, p. 293, 2009.

CAPELLO, Giancarlo. **Una ficción desbordada**: Narrativa y teleseries. Lima: Fondo Editorial, 2016.

CHOI, Joonseok. Global TV Markets and Digital Distribution. In.: MCDONALD, Paul; DONOGHUE, Courtney B.; HAVENS, Timothy (eds.). **Digital Media Distribution**: Portals, Platforms, Pipelines. p. 202-221. New York: NYU Press, 2021.

COUTINHO, Iluska M. S.; ARANTES, Livia Maia C. Estilo de Vida Netflix: Uma Nova Maneira de Ver Televisão. **Pensar Acadêmico**. v. 16, n. 2, p. 257-276. Maio-agosto 2019. DOI: <https://doi.org/10.21576/pa.2019v17i2.329>.

CURTIN, Michael; HOLT, Jennifer; SANSON, Kevin. **Distribution Revolution**: Conversations about the Digital Future of Film and Television. Oakland: University of California Press, 2014.

DA ROS, Giada. TV Dramey and the Double-sided liturgy of Gilmore Girls. In: DIFFRIENT, David S.; LAVERY, David (orgs.). **Screwball television—critical perspectives on Gilmore Girls**. p. 57-76. Syracuse: Syracuse University Press, 2010.

DRAKE, Philip. Critical and Cultural?: Production studies as situated storytelling. In: MCDONALD, Paul (ed.). **The Routledge Companion to Media Industries**. p. 96-106. New York: Routledge, 2022.

DONOGHUE, Courtney B.; HAVENS, Timothy; MCDONALD, Paul. Introduction: Media Distribution Today. In.: MCDONALD, Paul; DONOGHUE, Courtney B.; HAVENS, Timothy (eds.). **Digital Media Distribution**: Portals, Platforms, Pipelines. p. 1-26. New York: NYU Press, 2021.

ECO, Umberto. **Lector in fabula**. São Paulo: Perspectiva, 2004.

ELKINS, Evan. Streaming Diplomacy: Netflix's Domestic Politics and Foreign Policy. In: JIN, Dal Yong (ed.). **The Routledge Handbook of Digital Media and Globalization**. p. 150-157. New York, London: Routledge, 2021.

FADUL, Anamaria. Telenovela e família no Brasil. **Comunicação & Sociedade**. v. 22, n. 34, p. 13-39. 2000. DOI: <https://doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v22n34p11-39>.

FLEISCHMANN, Isabela. Guerra do streaming: Globoplay desafia Netflix pela liderança do mercado. **Blomberg Línea**, 2023.

<<https://www.bloomberglinea.com.br/2023/02/23/guerra-do-streaming-globoplay-desafia-netflix-pela-lideranca-do-mercado>>. Acesso em 28 jun. 2023.

FRANCFORT, Elmo; VIEL, Maurício. **TV Tupi do tamanho do Brasil**. São Paulo: Ed. dos Autores, 2022.

GALLAS, Daniel. Como a Netflix Driblou a Pirataria e Fez do Brasil Seu 'foguetete'. **BBC Brasil**, 2015. Disponível em:

<https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/11/151123_netflix_pirataria_brasil_dg_fn>. Acesso em: 28 jun. 2023.

GOES, Tony. 'Jovens veem menos TV tradicional, mas acompanham mais reality shows'. **Folha de São Paulo**, 2021. Disponível em:

<<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2021/07/tony-goes-jovens-veem-menos-tv-tradicional-mas-acompanham-mais-reality-shows.shtml>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

GOMES, Jorge H. Scola. A Teledramaturgia Bíblica Pela TV Record: Sentidos e mediações a partir da produção da mensagem. **Ciências Sociais e Religião**. v. 19, n. 27, p. 47-71. dez. 2017. DOI: <https://doi.org/10.20396/csr.v19i27.12496>.

GOMEZ-URIBE, Carlos A.; HUNT, Neil. The Netflix recommender system: Algorithms, business value, and innovation. In: **ACM Transactions on Management Information Systems** (TMIS). v. 6, ed. 4, p.1-19. dez. 2015. DOI: <https://doi.org/10.1145/2843948>.

HAMBURGER, Esther. Política e novela. In: BUCCI, Eugênio (org.). **A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2000.

HAVENS, Timothy. What Was Television? The Global and the Local. In: SHIMPACH, Shawn (ed.). **The Routledge Companion to Global Television**. p. 30-38. New York: Routledge, 2020.

_____. Streaming channel brands as global meaning systems. In: JOHNSON, D. (ed.). **From networks to Netflix: A guide to changing channels**. p. 408-421. New York, London: Routledge, 2018.

_____. Media Programming in an Era of Big Data. **Media Industries**. v. 1, n. 2, p. 5-9. 2014. DOI: <http://dx.doi.org/10.3998/mij.15031809.0001.202>

HERGESEL, João Paulo L.M. **A Televisão Brasileira em Ritmo de Festa: A telepoética nas produções do SBT.** Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade Anhembi Morumbi, p. 233. 2019.

HERLINGHAUS, Hermann. La Imaginación Melodramática: Rasgos intermediales y heterogéneos de una categoría precaria. In: HERLINGHAUS, Hermann (ed.). **Narraciones Anacrónicas de la Modernidad: Melodrama e Intermedialidad en América Latina.** p. 21-60. Santiago: Editorial Cuarto Propio, 2002.

HOLT, Jennifer. Data troubles: Digital distribution in the platform economy. **On_Culture: The open journal for the study of culture.** v. 8, p. 1-13. 2019.
DOI: <http://dx.doi.org/10.22029/jlupub-7107>

HOLT, Jennifer; PERREN, Alissa. Media Industries: A decade in review. In: DEUZE, Mark; PRENGER, Mirjam (eds.). **Making Media: Production, Practices, and Professions.** p. 31-44. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2019.

JENNER, Mareike. **Netflix and the Re-Invention of Television.** Cambridge: Palgrave Macmillan, 2018.

JOHNSON, Catherine. **Online TV.** New York: Routledge, 2019.

KELLY, J.P. Television by the Numbers: The Challenges of Audience Measurement in the Age of Big Data. **Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies.** v. 1, p. 1-20. 2017. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354856517700854> .

LAGOS, Marta. A Máscara Sorridente da América Latina. **Opinião Pública,** vol. VI, n 1, 2000. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0104-62762000000100001>.

LANDAU, Neil. **TV Outside the Box: Trailblazing in the digital television revolution,** New York: Focal Press, 2016.

LOBATO, Ramon. **Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution.** New York: NYU Press, 2019.

LOPES, Maria I. V. Telenovela como recurso comunicativo. **MATRIZES.** v.3, n.1, p. 21-47. 2009. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v3i1p21-47>.

LOTZ, Amanda D. **Netflix and Streaming Video: The Business of subscriber-funded video on demand.** Cambridge: Polity Press, 2022.

_____. **Media Disrupted: Surviving pirates, cannibals, and streaming wars** pirates, cannibals, and streaming wars. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2021.

_____. **Portals: A Treatise on Internet-Distributed Television.** MI: Michigan Publishing, University of Michigan Library, 2017.

LUDERER, Cynthia A. F. Os limites a serem superados por um carnavalesco na construção de um espetáculo de uma escola de samba. **Iara: Revista de Moda, Cultura e Arte.** v. 5, n. 2, p. 90-111. 2012.

MARCHI, Leonardo de. Pós-Streaming: Um panorama da indústria fonográfica na Quarta Revolução Industrial. In: MAGI, Erica; MARCHI, Leonardo de (orgs.). **Diálogos interdisciplinares sobre a música brasileira**. p. 223-248. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2020. DOI: <https://doi.org/10.36311/2020.978-65-86546-38-5>.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Jóvenes entre el palimpsesto y el hipertexto**. Barcelona: Ned Ediciones, 2017.

_____. **Dos Meios às Mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.

_____. El proyecto: producción, composición y usos del melodrama televisivo. In: MARTÍN-BARBERO, Jesús; MUÑOZ, Sonia. (coords.). **Televisión y melodrama: géneros y lecturas de la telenovela en Colombia**. p. 19-37. Bogotá: Tercer Mundo Editores, 1992.

MARTINS, Vinicius A. P. O impacto da lei 12.485/2011 nas atribuições regulatórias da Ancine. **Políticas Culturais em Revista**. v. 6, n. 2, p. 165–177. 2013. DOI: <https://doi.org/10.9771/1983-3717pcr.v6i2.9758>

MATTOS, Sérgio. **História da Televisão Brasileira: Uma visão econômica, social e política**. Petrópolis: Editora Vozes, 2010.

MCDONALD, Paul. Media, Industries, Research: Problematizing the field. In: MCDONALD, Paul (ed.). **The Routledge Companion to Media Industries**. p. 1-20. New York: Routledge, 2022.

MCDONALD, Kevin; SMITH-ROWSEY, Daniel. **The Netflix Effect: Technology and Entertainment in the 21st Century**. New York: Bloomsbury, 2016.

MCKEE, Robert. **Story: Substância, estrutura, estilo e os princípios da escrita de roteiro**. Curitiba: Arte & Letra, 2013.

MELAMED, Jodi. **Represent and Destroy: Rationalizing violence in the new racial capitalism**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2011.

MITTELL, Jason. Genre. In: OUELLETTE, Laurie; GRAY, Jonathan (eds.). **Keywords for Media Studies**. p. 81-83. New York: NYU Press, 2017.

_____. **Complex TV: The poetics of contemporary television storytelling**. New York: NYU Press, 2015.

_____. **Genre and television: From cop shows to cartoons in American culture**. New York: Routledge, 2004.

MIYASHIRO, Kelly. Por que “novela” virou palavra tóxica para Netflix e outros streamings. **Veja**. 14 abril, 2023. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/tela-plana/por-que-novela-virou-palavra-toxica-para-netflix-e-outros-streamings>. Acesso em: 28 jun. 2023.

MUNGIOLI, Maria C. P. Um Estudo do Catálogo das Séries Originais Globoplay no Período de 2018 a 2022. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**. v. 21, n. 41, p. 112-122. 2022. DOI: <https://doi.org/10.55738/alaic.v21i41.948>.

_____. **Minissérie Grande Sertão: Veredas**: Gêneros e temas. Construindo um sentido identitário de Nação. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes - USP, p. 290, 2006.

DOI: <https://doi.org/10.11606/T.27.2006.tde-11052009-153059>

MUNGIOLI, Maria C. P.; CASSANO, Giuliana; SÁNCHEZ-VILELA, Rosário S. Ficção Televisiva e Narrativa Transmídia: Continuidades e Transformações. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**. v. 17, n. 31, p.16-23. 2019. Disponível em: <<http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/540>> . Acesso em: 28 jun. 2023.

NASCIMENTO, Lucas. Fim do binge watching? Como Netflix pode mudar sua vida com nova forma de lançar séries. **Observatório do Cinema UOL**. 04 set. 2019. Disponível em: <<https://observatoriodocinema.uol.com.br/artigos/fim-do-binge-watching-como-netflix-pode-mudar-sua-vida-com-nova-forma-de-lancar-series>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

PADIGLIONE, Cristina. Brasil avança no volume de produções, mas recua na proteção à indústria audiovisual. **Telepadi**, 2022. Disponível em:

<<https://telepadi.folha.uol.com.br/brasil-avanca-no-volume-de-producoes-mas-recua-na-protecao-a-industria-audiovisual/>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

PIÑÓN, Juan; RIVERO, Ezequiel. Distribution, Infrastructure, and Markets: SVOD Services in Latin America. In.: MCDONALD, Paul; DONOGHUE, Courtney B.; HAVENS, Timothy (eds.). **Digital Media Distribution**: Portals, Platforms, Pipelines. p. 242-258. New York: NYU Press, 2021.

ROCHA, Simone M., ARANTES, Livia Maia; SILVA, Marcos V. M. Storytelling deviations and attention disputes in Brazilian Netflix originals. **Series - International Journal of TV Serial Narratives**. v. 7, n. 2, p. 39–48. 2021.

DOI: <https://doi.org/10.6092/issn.2421-454X/13247>

ROCHA, Simone M., SILVA, Marcos V. M. ARANTES, Livia Maia C. A configuração de gênero em um mundo cada vez mais Netflix: da estabilidade da programação à instabilidade intencional. In. CAMPANELLA, Bruno; RIBEIRO, Érica; NANTES, Joana d’Arc de (orgs.). **Audiovisuais contemporâneos**: desafios de pesquisa e metodologia. p. 161-179. Rio de Janeiro: e-papers, 2022.

ROSA, João L. Unificada, Globo estuda novos modelos de negócio. **Valor Econômico**, 2021. Disponível em:

<<https://valor.globo.com/empresas/noticia/2021/07/30/unificada-globo-estuda-novos-modelos-de-negocio-sembarreira.ghtml>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

SACCOMORI, Camila. **Práticas de Binge-Watching na Era Digital**: Novas Experiências de Consumo de Seriados em Maratonas no Netflix. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, p. 246, 2016.

SACRAMENTO, Igor Pinto. **Nos tempos de Dias Gomes: a trajetória de um intelectual comunista nas tramas comunicacionais.** Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2012.

SHIMPACH, Shawn. Introduction. In: SHIMPACH, Shawn. **The Routledge Companion to Global Television.** p. 1-13. New York, London: Routledge, 2020.

SMITH-ROWSEY, Daniel. Imaginative Indices and Deceptive Domains: How Netflix's Categories and Genres Redefine the Long Tail. In: MCDONALD, Kevin; SMITH-ROWSEY, Daniel (eds.). **The Netflix Effect: Technology and Entertainment in the 21st Century.** p. 45-55. New York: Bloomsbury, 2016.

SOUZA, Maria C. J. Reconhecimento e consagração: premissas para análise da autoria das telenovelas. In: GOMES, Itania; SOUZA, Maria. C. J. (orgs.). **Media e Cultura.** p. 53-74. Salvador: PPGCCC/Edufba, 2002.

STRAUBHAAR, Joseph. D. **World television: From global to local.** Los Angeles: Sage Publications, 2007.

STRIPHAS, Ted. Algorithmic culture. **European Journal of Cultural Studies.** v. 18, n. 4-5, p. 395-412. 2015. DOI: <https://doi.org/10.1177/1367549415577392>

STYCER, Maurício. Com novelas como prioridade, Globo investe R\$ 207 milhões em novo estúdio. **UOL**, 2019. Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/blog/mauriciostycer/2019/08/09/com-novelas-como-prioridade-e-globo-veste-r-207-milhoes-em-novo-estudio/>. Acesso em: 28 jun. 2023.

THOMPSON, Kristin. **Storytelling in Film and Television.** Cambridge, Massachusetts, and London: Harvard University Press, 2003.

TUÑÓN NAVARRO, Jorge; GAMBARI, Agnese. **El pelotazo de Netflix: Claves de un Éxito Mundial.** Barcelona: OBS Business School, 2019.

TUROW, Joseph. Personalization. In: OUELLETTE, Laurie; GRAY, Jonathan (eds.). **Keywords for Media Studies.** p. 135-137. New York: NYU Press, 2017.

WILLIAMS, Raymond. **Televisão: Tecnologia e forma cultural.** São Paulo: Boitempo; Belo Horizonte: Editora Puc Minas, 2016.

WOLF, Mauro. Géneros y Televisión. **Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura**, n. 9, p. 189-198, 1984. Disponível em: <https://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/41275>. Acesso em: 28 jun. 2023.

XEXÉO, Artur. **Janete Clair - A Usineira de Sonhos.** Rio de Janeiro: Editora Relume Dumará, 2005.

ZANETTI, Laysa. 'Não é sobre dinheiro': regulação do streaming pode ajudar toda a economia. **Splash UOL**, 19 jul. 2021. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/2021/07/19/regular-o-streaming-nao-e- apenas-sobre-o-dinheiro.htm>. Acesso em: 28 jun. 2023.