

O MERCADO BRASILEIRO NA ERA DO *STREAMING*: ORIGINAL GLOBOPLAY NO NOVO ECOSISTEMA MIDIÁTICO AUDIOVISUAL

*THE BRAZILIAN MARKET IN THE STREAMING ERA: ORIGINAL GLOBOPLAY IN THE NEW AUDIOVISUAL MEDIA
ECOSYSTEM*

*EL MERCADO BRASILEÑO EN LA ERA DEL STREAMING: ORIGINAL GLOBOPLAY EN EL NUEVO ECOSISTEMA
DE MEDIOS AUDIOVISUALES*

MARCOS MEIGRE¹

SIMONE ROCHA²

Submissão: 24/10/2020

Aprovação: 29/11/2020

Publicação: 21/12/2020

¹ Doutorando e mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UFMG. Jornalista graduado pela UFV. Membro do Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura em Televisualidades (UFMG). ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-8956-5547>. E-mail: marcosmeigre@hotmail.com.

² Doutora em Comunicação e Cultura pela UFRJ, professora associada da UFMG e líder do Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura em Televisualidades/COMCULT. ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-4415-8745>. E-mail: simonemrochaufmg@gmail.com.

RESUMO

Investigamos o surgimento de Globoplay tomando por base sua primeira produção original, *Além da Ilha*. Numa análise do meio como aporte central, tomamos a noção de TV distribuída por internet como norteador teórico e traçamos um percurso pautado na poética televisual como metodologia, destacando elementos da narrativa, televisualidade e indicadores culturais. Entendemos que Globoplay materializa um híbrido entre as influências do modelo linear de TV e as potencialidades levantadas pelo *streaming*.

Palavras-chave: Original Globoplay. Análise do meio. Televisão distribuída por internet.

ABSTRACT

We investigated the emergence of Globoplay, based on its first original production, *Além da Ilha*. In an analysis of the medium as a central contribution, we take the notion of TV distributed over the internet as a theoretical guide and we trace a path based on televisual poetics as a methodology, highlighting narrative elements, televisuality and cultural indicators. We understand that Globoplay materializes a hybrid between the influences of the linear TV model and the potentialities raised by *streaming*.

Keywords: Original Globoplay. Analysis of the medium. Internet distributed television.

RESUMEN

Investigamos el surgimiento de Globoplay, basándonos en su primera producción original, *Além da Ilha*. En un análisis del medio como contribución central, tomamos la noción de TV distribuida a través de internet como guía teórica y trazamos un camino basado en la poética televisiva como metodología, destacando elementos de la narrativa, televisualidad e indicadores culturales. Entendemos que Globoplay materializa un híbrido entre las influencias del modelo televisivo lineal y las potencialidades que plantea el *streaming*.

Palabras-clave: Original Globoplay. Análisis del medio. Televisión distribuida por internet.

INTRODUÇÃO

O impacto da internet no desenvolvimento de novos modelos de distribuição, arranjos de produção e hábitos de consumo tem gerado transformações nos modos institucionalizados de produção audiovisual (BURROUGHS, 2018). Atentos a este cenário, reconhecemos o lugar das novas plataformas de distribuição de conteúdo audiovisual e, no contexto brasileiro, ressaltamos o papel de Globoplay. Nesta empreitada, está a incursão de um dos maiores conglomerados de televisão do mundo (Grupo Globo) no universo audiovisual de TV distribuída por internet (LOTZ, 2017). Ao estudar Globoplay, questionamos pelas estratégias de definição e conformação do *streaming* como um meio emergente e quais aspectos narrativos e televisuais compõem a primeira investida do serviço neste contexto, partindo da série *Além da Ilha*. Em termos metodológicos, adotamos

a poética comunicacional para investigar o meio e as particularidades constitutivas da produção original, que deram a ver a adoção de estratégias ligadas ao *locus* já consolidado da Rede Globo no panorama midiático, seja em relação a *casting* ou aos gêneros envolvidos. Assim, o trabalho tem duas frentes de análise: a dimensão do meio na era do *streaming*, e os aspectos narrativos e televisuais aliados a indicadores culturais da série estudada. Com isso, concluímos que, em sua primeira produção original para *streaming*, Globoplay apresentou uma congruência com o modelo estabelecido de TV linear, e também adotou mecanismos específicos da lógica do *streaming*, atrelando-se ao arsenal da televisão distribuída por internet.

ASPECTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS PARA A INVESTIGAÇÃO DA POÉTICA COMUNICACIONAL

Para investigar o *streaming* como meio a partir de Globoplay, entendemos a importância do debate sobre TV distribuída por internet e as demandas que esta concepção faz emergir em torno do objeto cultural (ROCHA, 2020). Nesse sentido, adotamos um modelo metodológico que ressalta quatro passos: análise do meio; hermenêutica da narrativa; análise da televisualidade; e indicadores culturais da experiência ficcional. Na análise do meio, intentamos apreender o meio como forma cultural e tecnológica, a partir das influências de Williams (2016). Na hermenêutica da narrativa, captamos os traços definidores do enredo para, num procedimento não-convencional, entender a obra como *locus* de interação entre as marcas da trama e os elementos culturais. Definições dos personagens, tempo da trama, aspectos narrativos e operações simbólicas empregadas orientam esta fase. A análise da televisualidade (ROCHA, 2019) combina visualidade (MITCHELL, 2009) e estilo televisivo (BUTLER, 2010) para observar como o composto imagem/texto desnuda aspectos socioculturais captáveis pela ficção. Por fim, os indicadores culturais trazem as experiências potencializadas pela obra com o mundo referencial que ela toma por base para construir seu enredo – etapa não tratada neste texto.

Apesar da metodologia proposta apresentar quatro etapas, nosso principal foco de abordagem é o meio combinado a elementos narrativos e televisuais, a fim de destrinchar o lugar de Globoplay no novo panorama comunicacional do ecossistema regido pela internet. Nossa intenção primordial é captar os sentidos que emergem a partir da chegada do *streaming* do Grupo Globo na esfera das produções originais, analisando o surgimento deste novo serviço a partir de sua primeira obra original. Com este objetivo, importa-nos centralmente o lugar do meio para demarcar as possíveis permanências e rupturas vividas pelo audiovisual quando se toma por referência o primeiro produto original Globoplay. Para isso, na segunda seção de análise, trazemos elementos narrativos e televisuais da série do *streaming*, a fim de identificar como se materializam neste novo meio as marcas de continuidade e ruptura com o modelo vigente do audiovisual. Tendo estes norteadores em mente, seguimos para a discussão teórica sobre o ecossistema audiovisual contemporâneo e o adensamento do setor a partir da agência de novos *players*.

O NOVO ECOSSISTEMA AUDIOVISUAL E A EMERGÊNCIA DO STREAMING

Em que pese as atuais discussões sobre um novo ecossistema digital (SIRI, 2016), é o setor audiovisual aquele que impulsiona um tipo de produção inovadora, entre outros aspectos, por ser feito para distribuição *online*. Tuñon e Gambary (2019, p. 10) caracterizam-no a partir da junção de “[...] dinâmicas destinadas a facilitar o consumo das audiências e marcado pela adoção de banda ultra-larga; localização múltipla de conexões; acesso à internet móvel e evolução dos dispositivos móveis; o contexto das economias colaborativas, a internet das coisas e o Big Data; entre outros”³. Neste cenário, é inegável o papel de liderança de Netflix no mercado global de serviços de *streaming* cujo modelo de negócio instituído tem sido objeto de várias reflexões (LOBATO, 2019; TUÑON,

³ Do original: “dinámicas orientadas a facilitar el consumo de audiencia y marcada por la adopción de la banda ultraancha; múltiples ubicaciones de conexiones; acceso a Internet móvil y evolución de dispositivos móviles; el contexto de las economías colaborativas, Internet de las cosas y Big Data; entre otros”. Tradução nossa.

GAMBARI, 2019; JENNER, 2018; LADEIRA, 2013) e pode ser entendido como uma espécie de síntese das características do mercado audiovisual *online*. Alguns autores o denominam de *Netflix effect* (SMITH-ROWSEY, 2016; SHARMA, 2016) e destacam o amplo catálogo de conteúdo e sua completa disponibilização, a inovação contínua, a distribuição *online* (a partir de 2007) com assinaturas mensais, o uso de *Big Data* e algoritmos personalizados para ancorar o sistema de recomendação de consumo, de produção original e de promoção dos conteúdos.

Conquanto Netflix não seja o único ator, é sob sua liderança que outras gigantes do setor vêm reconfigurando o mercado audiovisual na última década. Uma decisão importante, que afetou a etapa atual da empresa, diz da aposta na produção de conteúdo próprio, chamado de original Netflix. Esta nova categoria de produções, impulsionada por Netflix, tem movimentado o mercado audiovisual e pressionado outras empresas do segmento a adotar posturas similares na condução de suas agendas de produção, como é o caso de Globoplay e seus investimentos em peças originais para a plataforma. Rossini e Renner (2015, pp. 7-8) acreditam que a categoria de produtos originais

auxiliou na expectativa de uma produção com qualidade estética e narrativa superiores, e teve um papel importante na consolidação da reputação de um conteúdo “original Netflix”. Um dos fatores apontados para a categorização feita é o orçamento para produção (no caso de *House Of Cards*, cerca de 3 milhões de dólares por episódio) e distribuição, que é realizada, salvo exceções, globalmente. Desde então, “Netflix Original” tornou-se uma espécie de selo de qualidade, a exemplo do “padrão Globo de qualidade” brasileiro, estabelecido nos anos 70 por essa emissora de televisão.

Tal decisão mostrou-se tão bem-sucedida que a empresa vem investindo em produções originais regionais, em coproduções no Brasil, Colômbia, México e Argentina⁴, que têm pressionado mercados regionais a investir em serviços próprios, como o caso Globoplay, que nos interessa para pontuarmos o surgimento, a caracterização do serviço, suas particularidades enquanto meio e suas congruências e rupturas com o modelo de TV

⁴ Netflix vai lançar 30 produções brasileiras até o final de 2020. Disponível em <encurtador.com.br/dgzZ2>; Em 2020, Netflix vai investir no México mais que o dobro do que no Brasil. Disponível em <encurtador.com.br/cLO01>. Acessado em 27 de setembro de 2020.

linear, principalmente em seus primeiros passos, tendo a série original inaugural *Além da Ilha* como exemplo.

A PLATAFORMA DE STREAMING QUE NASCEU DA TV: GLOBOPLAY E A ESPECIFICIDADE DE UM MEIO

A TV distribuída por internet diz da produção de conteúdos profissionais que circula e é consumida em websites, serviços online, plataformas e aplicativos, e não por *broadcast*, serviços a cabo ou sistemas de satélite (LOTZ, 2017). Trata-se de um novo ecossistema midiático (LOBATO, 2019, p. 13) que envolve “diferentes serviços, instituições e práticas”, tendo nos *affordances* dos protocolos de internet um diferencial nos mecanismos de distribuição de conteúdo (LOTZ, 2017). Netflix é agente central neste cenário, mas no Brasil pretendemos ressaltar o caso Globoplay, por sua relação com a estrutura audiovisual vigente da TV aberta.

Os investimentos do Grupo Globo na internet começaram em 2000 e, a partir daí, mesclando alternativas gratuitas e pagas de acesso a conteúdo, chegou-se em 2015 ao Globoplay, criação das áreas de Mídias Digitais, Tecnologia e Infraestrutura do Grupo Globo. No início, viveu experimentações e testes condizentes com o próprio mercado insurgente de vídeo sob demanda (VoD) no Brasil. Os investimentos do Grupo Globo mostram que “A emissora carioca apresenta uma lógica mista e complementar que envolve a produção de conteúdo para a televisão e seus serviços digitais: Globo.com, G1, Globoesporte.com, Gshow.com e a plataforma Globoplay” (ALBUQUERQUE, 2020, p. 40).

Inicialmente, a plataforma era vista como serviço *on demand* em formato *crossmediático* desenvolvido para abrigar produções veiculadas pela TV Globo e, assim, suplantando GloboTV e GloboTV+ (MUNGIOLI, IKEDA, PENNER, 2018). Nos anos seguintes, o serviço experimentou transformações na marca, logotipo e identidade visual (SANTOS NETO, STRASSBURGER, 2019), mudanças em curso no projeto

UmaSóGlobo⁵. A política de disponibilização de conteúdo de Globoplay leva em conta a mescla de práticas do *digital first* (conteúdo antes exibido no *streaming* e depois na TV), do *simulcast* – assistência simultânea no *streaming* ao conteúdo ao vivo da TV, que começou somente em São Paulo e Rio de Janeiro e depois se expandiu a outros estados (VIEIRA, MURTA, 2017) –, e ainda o *digital only* (exclusivas *streaming*) e *catch ups* (reprodução de trechos de atrações) que caracterizaram a origem da plataforma e a permitem ser interpretada como generalista (MASSAROLO, MESQUITA, 2017) a partir das compensações em seu modelo de assistência e usabilidade.

Pela origem vinculada a TV, Albuquerque (2020) se ampara em Catherine Johnson para definir Globoplay como “plataforma nativa da televisão”, tomando por base o modelo linear que consagrou TV Globo. Albuquerque (2020, p. 25) afirma que Johnson distingue TVs online entre “‘nativas de conteúdo’ (*online natives*), desenvolvidas por empresas de tecnologia com foco em público de nichos específicos, mas sem longo alcance; e as plataformas ‘nativas de televisão’ (*TV natives*), que possuem serviços de distribuição de vídeos na internet”⁶.

Em Globoplay, além de conteúdos gratuitos, há materiais exclusivos a assinantes, que podem rever atrações na íntegra a qualquer momento e de qualquer dispositivo. O pagamento por conteúdo exibido na TV, podendo-o consumir a qualquer hora, se deve ao “valor de comodidade” (CAPOANO, 2016, p. 8). Para Capoano (2016), o modelo de negócio de Globoplay congrega diferentes valores mercadológicos que explicam a ascensão bem-sucedida da plataforma, tais como o valor social, individual, intrínseco, instrumental e econômico, fazendo com que o serviço tenha superado Netflix em número unitário de

⁵ Globoplay lança novo logotipo e identidade visual. Disponível em <encurtador.com.br/oxHX9>. Acessado em 08 de outubro de 2020.

⁶ Do original: “‘Content natives’ (*online natives*), developed by technology companies with a focus on specific niche audiences, but without long reach; and ‘native television’ platforms (*TV natives*), which have video distribution services on the internet”. Tradução nossa.

usuários no Brasil⁷. Segundo a representante comercial da diretoria do Grupo Globo responsável pelo Globoplay, Julia Gutnik, em entrevista a Capoano (2016, p. 8), “O *streaming* irrestrito de toda a programação ao vivo da TV Globo, o que chamamos de *simulcasting*, é outro ponto forte do Globo Play”. O formato *freemium* da plataforma é outro fator que associa a contiguidade das produções da TV aberta ao *streaming*. Neste modelo, Capoano (2016, p. 12) ressalta que no caso da Globoplay “o resultado da proposição de valor é a comodidade, a customização do consumo e a liberdade de uso em qualquer dispositivo digital”.

Ao refletir quanto aos valores que Globoplay congrega, Massarolo e Mesquita (2020, p. 5) consideram que “o valor de serviço de mediação do Globoplay é agregado aos canais de TV aberta e paga, evidenciando que o potencial de crescimento e expansão da TV Online nas plataformas de *streaming* deve ocorrer vinculado a um canal televisivo” de modo que as alianças e associações entre TV linear e demandas do *streaming* por vezes se entrecruzam. Globoplay se apresenta como modelo de negócio misto que oferta conteúdos jornalísticos e ficcionais, contendo em seu catálogo séries originais e também produções estrangeiras, o que revela alguma independência da grade televisiva aberta, sem dela se desvincular por completo (MASSAROLO, MESQUITA, 2020).

Para reposicionamento da marca, em 2018, a plataforma alterou nome (de Globo Play para Globoplay) e identidade visual, além de incorporar conteúdos da TV Globo, produções originais para *streaming* – como *Além da Ilha*, *Assédio*, *Shippados* e *Aruanas* – e filmes e séries de outras empresas (*The Good Doctor*, *House*). As produções originais Globoplay são conteúdos *digital only*, pois sua veiculação não é previamente arquitetada para TV (mesmo que depois a exibição ocorra), sem haver uma tática imediata para migrar da plataforma ao fluxo linear.

⁷ Globoplay passa a Netflix em número de usuários no Brasil. Disponível em <https://bitly.com/z1sUi>. Acessado em 8 de outubro de 2020. No entanto, isso não significa que Globoplay tenha mais assinantes que Netflix no país, pois o número diz respeito a usuários totais, que podem acessar uma mesma conta cadastrada.

Além da Ilha não foi ao ar na TV aberta⁸ e trazemos a primeira série original Globoplay como estudo de caso sobre a TV distribuída por internet (LOTZ, 2017) para refletirmos o lugar do *streaming* como meio e as particularidades da obra em termos narrativos e televisuais. Já tendo discutido o lugar de Globoplay enquanto meio emergente, que congrega artifícios inovadores a aspectos do modelo de TV aberta, combinando ferramentas e estratégias, agora interessa-nos materializar no próximo tópico como a chegada da primeira produção original Globoplay significou um misto entre novos e tradicionais arranjos narrativos e televisuais apresentados na série. Se em termos de análise do meio, Globoplay nos mostrou seu lugar misto marcado por valores intrínsecos à TV linear e também às especificidades oferecidas pela era da televisão distribuída por internet, como será o comportamento da produção em si quando nos atentamos à materialidade de uma das obras?

A MATERIALIDADE DE UM ORIGINAL GLOBOPLAY: ASPECTOS NARRATIVOS E TELEVISUAIS EM ALÉM DA ILHA

Vimos que Globoplay acomoda valores de mercado, institucionais, de comodidade e social quando analisamos sua emergência no cenário midiático contemporâneo. Estes valores, por sua vez, possuem relação direta com os conteúdos ofertados pelo serviço de *streaming* e dizem das investidas nas produções originais, por exemplo. Em sua incursão pelo setor, Globoplay abriu a lista de produções originais com a série *Além da Ilha*. Nesta produção, a narrativa pode ser assim resumida: um homem ganha na loteria e decide comemorar o feito com os amigos num passeio de barco. Durante o passeio, Beto (Paulo Gustavo), o novo rico sortudo, junto com os amigos Sheila (Monique Alfradique), Cardoso (Gabriel Godoy), Bia (Letícia Lima) e Guta (Katiúscia Canoro), acabam isolados em alto mar e descobrem uma ilha deserta, e nela, um casarão abandonado. Entre idas e vindas, na busca por uma saída do isolamento, deparam-se com sujeitos misteriosos e criam um

⁸ Em canal fechado, no entanto, *Além da Ilha* foi ao ar pelo Multishow, canal que esteve envolvido na produção da série.

acampamento para receber turistas ricos dispostos a se aventurar longe da vida urbana. A narrativa da série investe em porções de humor e suspense como táticas de adesão de público, principalmente ao trabalhar com elenco conhecido do segmento da comédia nacional.

Estas linhas apresentam a narrativa de *Além da Ilha*, primeira produção original Globoplay, disponibilizada em setembro de 2018 na plataforma. A produção é resultado de uma parceria entre a Produtora Floresta, o canal Multishow e Globoplay, tendo ao todo dez episódios escritos por Andrea Batitucci e Rosana Hermann, que contaram com escassas peças de divulgação. Depois de lançada, a série recebeu críticas quanto à condução da narrativa⁹. Na plataforma, a trama aparece identificada como “comédia” e “mistério”.

Em *Além da Ilha*, as escolhas narrativas aproximam a trama ao universo das séries cômicas já típicas de canais fechados. Por se tratar de uma produção encabeçada por Multishow, as marcas de gêneros cômicos se fazem notórias na produção, além de traços comuns ao modelo narrativo da TV linear: piadas entre personagens sobre o perfil de cada um e comentários risíveis quanto aos lugares onde a narrativa se passa, por exemplo. Neste original, uma das principais marcas na construção narrativa são as recapitulações, que exercem o efeito de aproximação ao modelo folhetinesco de corte diário nas narrativas, compondo uma estética da retomada ao prever pausas programadas entre a assistência dos episódios. Ao introduzir cada novo episódio com um longo *flashback* “Nos episódios anteriores...”, a trama se alinha ao clássico formato de ficções seriadas da TV linear, em que as pausas entre um capítulo e outro e a forma de consumo esporádica exigiam táticas de engajamento e rememoração distintos do modelo de espetatorialidade possibilitado pelo *streaming*. É nesse sentido que a “estética da repetição” (CALABRESE, 1987) em *Além da Ilha* aproxima a trama das narrativas televisivas clássicas e, assim, parece ignorar a possibilidade de assistência continuada, o *binge watching* – potencializado na era da TV distribuída por internet.

⁹ *Além da Ilha* é a nova série preguiçosa de Paulo Gustavo. Disponível em < <https://bityli.com/0yoMe> >. Acessado em 27 de setembro de 2020.

Outra forte marca presente na série que a aproxima ao modelo de assistência linear são os ganchos em final de episódio, tidos como marca de continuidade narrativa em produções ficcionais. Entendendo o gancho como uma estratégia de comunicabilidade, de afetividade e de fidelização (COSTA, 2000), trata-se de um recurso de narrativas orais que instaura uma questão e deixa em suspenso sua resposta. No caso da televisão aberta, “A finalidade dramática do gancho é de criar a tensão no momento de interrupção da narrativa, deixando lacunas em aberto, que mantém as audiências em suspense até a semana seguinte, quando o processo se reinicia” (MASSAROLO, MESQUITA, 2017, p. 15). Este procedimento instaura o suspense como artifício narrativo, entendendo que “o suspense não apenas delinea as lacunas, mas também é usado como catalisador para fazer os espectadores assistirem mais” (EDE, 2015, p. 52). No entanto, o emprego de ganchos em *Além da Ilha* poderia seguir novos parâmetros que mais aproximassem a série do contexto de assistência continuada, sem a necessidade de submeter-se a interrupções programadas.

Ponto relevante também a se destacar é que a mescla de gêneros consagrados da TV linear (comédia e suspense) em *Além da Ilha* intenta aplicar a noção de arcos dramáticos estendidos, a fim de construir de maneira alargada o enredo contado. Nesta distensão, a trama convoca o suspense como uma de suas condicionantes para criar artifícios de adesão de audiência. Desse modo, são comuns no transcorrer da narrativa a instauração de mistérios pontuais que, instalados num episódio, funcionam como tática de adesão dos assistentes (por exemplo: o mistério sobre o sumiço de dois visitantes da ilha; o mistério em relação ao caçador que encontra o grupo de amigos; o mistério sobre o casarão; e o mistério em torno de um homem andarilho da mata).

Há ainda a narração *off* como estruturante do original Globoplay. Beto narra diversas passagens, traz explicações sobre o enredo, pontua piadas esporádicas e indica alguns rumos quanto ao futuro da narrativa a partir de inserções *off* que permeiam os episódios. O recurso denota um tom de didatismo à produção e por vezes parece querer encaminhar as impressões do público sobre o enredo, as piadas, a narrativa em si e também servir de recapitulação (por exemplo: quando Beto narra em *off*, no segundo episódio

“Agora pensa: eu ganho na loteria, sofro um naufrágio, acordo numa ilha, encontro um livro misterioso e sou resgatado por um avião. Olha, ou eu tô num filme de James Bond ou o destino quer alguma coisa comigo”). Por isso, certas estratégias da lógica do fluxo televisivo (WILLIAMS, 2015) impressas na composição da narrativa de *Além da Ilha* fazem com que o *streaming* tenha adotado aspectos que o alinham à TV linear.

Quanto à composição televisual, a série prioriza uma mescla de ambientes escuros e tenebrosos, cenários sombrios que remetem ao universo dos mistérios postos pela narrativa, ao passo que também privilegia captações em ângulos abertos das florestas e praias que servem de cenário natural para o enredo. A adoção da iluminação escura, das captações noturnas combinadas a trilhas instrumentais tensas buscam construir o suspense da narrativa (Figuras 1-2). Por outro lado, as cenas abertas, coletivizadas nas praias e florestas, ressaltam os cenários naturais e servem a uma apresentação do lado cômico da trama.



Figuras 1/2 – Beto e os amigos no casarão abandonado/Reprodução Globoplay



Figuras 3/4 – Captações abertas dos cenários naturais/Reprodução Globoplay

O esforço da série em aliar suspense ao cômico também se materializa na narrativa a partir das escolhas cenográficas vistas em torno das investigações feitas pelo grupo de amigos. *Closes* em objetos relevantes para a resolução de suspenses (tais como diário, baús, portas secretas), aliados a captações de sequências em que os personagens demonstram empenho na resolução de imbróglis (Figuras 5-6) ou mesmo sinalizam por meio de suas atuações e fisionomias que começam a desatar alguns dos nós narrativos. Assim, o didatismo da narrativa se materializa nas escolhas televisuais adotadas ao longo da série e vão mostrando, gradativamente, que ao final o espectador verá o triunfo do grupo, tendo resolvidos os mistérios e salvando-se todos.



Figuras 5/6 – Beto lê o diário/Reprodução Globoplay

As decisões narrativas e televisuais da trama, combinadas aos parâmetros da dimensão do meio, demonstram como há réplicas do modelo de TV linear (tais como didatismo, elementos de instauração de suspense a partir de ganchos etc.), mas também há abertura para inovações no processo audiovisual. Se muitas são as marcas narrativas e televisuais que aproximam Globoplay da TV linear, é possível também identificar traços da dimensão do meio que singularizam o serviço de *streaming* ainda em sua primeira investida no segmento. A forma de disponibilização da série *Além da Ilha* é uma destas ponderações a se considerar, pois todos os episódios foram integralmente disponibilizados na plataforma de uma única vez, de modo distinto ao que se vê acontecer na dinâmica da TV aberta e suas condições de veiculação e fluxo. Dentro das especificidades do *streaming*, também vale frisar que o lançamento de *Além da Ilha* suplanta lógicas da estrutura linear de televisão, como, por exemplo, a inserção de intervalos comerciais e os necessários ganchos entre blocos (mesmo que a série tenha mantido os ganchos em final de episódio). Já na primeira

série do serviço, a narrativa pode ser contada de maneira a fazer fluir o enredo sem as pausas programadas para conteúdos publicitários.

Outro ponto singular do *streaming* é a formação de catálogo próprio. Ao se lançar neste novo meio, o Grupo Globo começou com *Além da Ilha* a tarefa de construir seu arsenal de produção própria a fim de alimentar os segmentos de público interessados no serviço. O esforço pela construção de uma biblioteca de conteúdo para garantir diversidade de oferta, identidade de marca e estratégia de negócios (LOTZ, 2017) faz com que serviços de portais como Globoplay invistam na formação de catálogo próprio como artifício para aquisição de unidade de valor a partir de conteúdos exclusivos e originais. *Além da Ilha*, portanto, descortina as ações do Grupo quanto ao investimento em títulos nacionais para compor a lista de ofertas que, em anos posteriores, seriam acrescidas com outras obras, tais como *Assédio*, *Aruanas*, *Ilha de Ferro* e *Arcanjo Renegado*, por exemplo.

Ainda que incipiente, fatores como estes explicam a incursão da empresa numa nova realidade comunicacional e sinalizam a novas tendências para o fluxo de produção televisivo. O caso de *Além da Ilha* não representa o atual estágio de esforços empregados pelo serviço de *streaming* em suas inovações e formulações para produção de conteúdos, mas é paradigmático para pensarmos como o meio deu os primeiros passos diante da nova era marcada pela televisão distribuída por internet. O *streaming* do Grupo Globo, entre aproximações e distanciamentos em relação à TV linear, segue aprofundando o debate quanto ao novo ecossistema midiático.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A emergência de novas tecnologias que impulsionaram a TV distribuída por internet tem feito despontar novas produções audiovisuais, cunhadas como “original”, para diferenciá-los da produção do fluxo televisivo. Estas ficções prezam por uma organização em que o *time shifting* e o *binge watching* se tornam práticas comuns e estimulam experiências de consumo e fruição que, em alguma medida, buscam posicionar-se como distintas do fluxo televisivo clássico. Se o modelo de espetatorialidade das últimas

décadas privilegiou o *appointment television* e consagrou faixas horárias como nobres, orientando o espectador a consumir em determinados instantes o conteúdo de interesse, o modelo instituído a partir do *Netflix effect* (SMITH-ROWSEY, 2016) reposicionou o sistema de produção e disseminou novas lógicas para o *streaming*. Globoplay, ao lançar-se neste mercado, deu o passo inicial nas produções originais com *Além da Ilha*, disponibilizando-a integralmente em sua plataforma.

No entanto, este original Globoplay adotou marcadores narrativos e televisuais que remontam aos padrões consagrados da TV linear e demonstram que, ao desbravar o terreno às escuras do *streaming* como um novo meio, a gigante brasileira preferiu seguir cartilhas sacramentadas, tais como: escolha de gêneros consolidados (comédia e mistério), com elenco reconhecidamente popular no segmento cômico; reforço do modelo narrativo pautado em ganchos, recapitulações e didatismos típicos da TV linear; replicação de uma estética pautada em captações, cenários, trilhas e atuações comuns ao padrão de TV já instituído. No entanto, como traços de especificidade do *streaming*, é possível frisar a disponibilização de conteúdo integralmente na plataforma, característica esta que permanece vigente entre uma das principais distinções deste tipo de serviço em relação à TV linear.

Com isso, parece evidente que o processo de profissionalização de conteúdos ainda não parecia estruturado em *Além da Ilha*, mesclando traços do modelo tradicional às novas potencialidades do *streaming*. Naquele momento, Globoplay se lançava num mar desconhecido, tal qual os personagens de *Além da Ilha*, que precisaram lutar muito para recobrar a chance de retorno à terra firme. Globoplay, de lá para cá, já avançou bastante e conquistou novos mares nesta empreitada, mas fica evidente que a plataforma seguirá remando para atingir novos paradisíacos pontos diante do universo contemporâneo do *streaming*.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Danilo Mecenas Silva. **Plataformas de TV online: um estudo de caso de Globoplay**. Dissertação (Mestrado em Imagem e Som) - Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som. Universidade Federal de São Carlos - UFSCar. São Carlos, 2020.

ALÉM DA ILHA. Andrea Batitucci e Rosana Hermann. Rio de Janeiro, Produtora Floresta, Multishow e Globoplay, distribuída por Globoplay. Direção de César Rodrigues. 2018. 10 episódios, som, cor.

ANTONIUTTI, Cleide Luciane. Globoplay: um estudo sobre a plataforma de Video on Demand da Rede Globo. **Paulus - Revista de Comunicação da FAPCOM**, São Paulo, v.3, n.6, pp. 105-119, 2019.

BALADRON, Mariela; RIVERO, Ezequiel. Video on Demand Services in Latin America: Trends and Challenges towards access, concentration and regulation. **Journal of Digital Media & Policy**, Londres, v.10, n.1, pp. 109-126, 2019.

BURROUGHES, B. "House of Netflix: streaming media and digital lore". **Journal Popular Communication**, Londres, v.17, pp. 1-17, 2018.

BUTLER, Jeremy. **Television Style**. New York: Routledge, 2010.

CALABRESE, Omar. **A idade neobarroca**. São Paulo: Martins Fontes, 1988.

CAPOANO, Edson. Globo Play: comodidade e mobilidade como novos conceitos de valor para maior TV do Brasil. **Anais...** Congresso Internacional Comunicação e Consumo - COMUNICON, Escola Superior de Publicidade e Marketing, São Paulo, 13 a 15 de outubro de 2016.

COSTA, Maria Cristina Castilho. **A milésima segunda noite**. São Paulo: Annablume, 2000.

EDE, Esther Van. **Gaps and Recaps: Exploring the Binge-Published Television Serial**. Holanda: Utrecht University, 2015.

JOHNSON, Catherine. Online TV, Video-On-Demand and the Challenges of Producing, Distributing and Delivering Television in the Internet Era. **Conferência**. In: III Jornada Internacional GEMInIS, 28 ago. 2018, São Paulo.

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

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

LADEIRA, João Martins. Negócios de audiovisual na internet: uma comparação entre Netflix, Hulu e iTunes-Apple-TV. **Contracampo**, Niterói, v.26, n.1, pp. 145-162, 2013.

LOBATO, Ramon. **Netflix nations: the geography of digital distribution**. New York: New York University Press, 2019.

LOTZ, Amanda. **Portals: a Treatise on Internet-Distributed Television**. Michigan: University of Michigan Library, 2017.

MASSAROLO, João Carlos; MESQUITA, Dario. Fluxos sob demanda nas plataformas televisivas: um estudo do Globoplay. **Anais... XXVI Encontro Nacional da Compós**, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2017.

MASSAROLO, João Carlos; MESQUITA, Dario. Distribuição da televisão na internet: serviços de TV Online da Rede Globo. **Anais... XXIX Encontro Nacional da Compós**, Campo Grande, 2020 [online].

MITCHELL, William John Thomas. **Teoría de la imagen: ensayos sobre representación verbal y visual**. Trad. Yaiza Hernández Velázquez. Madrid: Ediciones Akal, 2009.

MUNGIOLI, Maria Cristina Palma; IKEDA, Flavia Suzue; PENNER, Tomaz Affonso. Estratégias de streaming de séries brasileiras na plataforma Globoplay no período de 2016 a 2018. **Revista GEMInIS**, São Carlos, v. 9, n. 3, pp.52-63, 2018.

ROCHA, Simone Maria. Análise da televisualidade e proposições sobre o regime estético televisivo. In: ROCHA, Simone Maria; FERRARAZ, Rogério (coords.). **Análise da Ficção Televisiva: Metodologias e Práticas**. Florianópolis: Insular, 2019.

ROCHA, Simone Maria. Aruanas e a poética televisual na era do *streaming*. **Anais... XXIX Encontro Anual da Compós**, Campo Grande-MS, 24 a 27 de novembro de 2020.

ROSSINI, Miriam de Souza; RENNEN, Aline Gabrielle. G. Nova cultura visual? Netflix e a mudança no processo de produção, distribuição e consumo do audiovisual. **Anais... XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Intercom, Rio de Janeiro, 4-7 de setembro de 2015.

SANTOS NETO, Valdemir Soares dos; STRASSBURGER, Damaris. O reposicionamento do Globoplay: um estudo de caso sobre a reconfiguração de identidade da plataforma de streaming da Rede Globo. **Revista Temática**, João Pessoa, v.15, n. 6, pp.112-130, 2019.

SIRI, Laura. El rol de Netflix en el ecosistema de medios y telecomunicaciones: el fin de la televisión y del cine? **Hipertexto**, Buenos Aires, v. 4, n. 5, pp. 1-64, 2016.

SHARMA, Romil Anand. **The Netflix effect: impacts of the streaming model on television storytelling**. Middletown: Wesleyan University, 2016.

SMITH-ROWSEY, Daniel. Imaginative Indices and Deceptive Domanis: How Netflix's Categories and Genres Redefine the Long Tail. *In*: MCDONALD, Kevin; SMITH-ROWSEY, Daniel. (orgs). **The Netflix Effect: Technology and Entertainment in the 21st Century**. New York: Bloomsbury, 2016, pp. 45-55.

TUÑON, Jorge; GAMBARI, Agnese. El Pelotazo de Netflix: claves de un éxito mundial. **Harvard Deusto Business Review**, Harvard, n.295, pp. 70-82, 2019.

VIEIRA, Amanda Veronesi; MURTA, Cíntia Maria Gomes. Globo play: a plataforma da rede globo. **Revista GEMInIS**, São Carlos, v. 8, n. 2, pp.31-47, 2017.

WILLIAMS, Raymond. **Televisão: Tecnologia e forma cultural**. São Paulo: Boitempo; Belo Horizonte: Editora Puc Minas, 2016.

COMO CITAR ESTE ARTIGO

MEIGRE, Marcos; ROCHA, Simone. O mercado brasileiro na era do streaming: original Globoplay no novo ecossistema midiático audiovisual. **Revista Culturas Midiáticas**, João Pessoa, v. 13, n. 2, pp. 134-152, 2020. DOI: <https://doi.org/10.22478/ufpb.1983-5930.2020v13n2.55915>.