

Séries originais e estratégias de construção do catálogo do Globoplay em um cenário internacionalizado de produção e distribuição¹

Maria Cristina Palma MUNGIOLI²
Flavia Suzue de Mesquita IKEDA³
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

RESUMO

O artigo aborda a construção do catálogo de ficção seriada do Globoplay ao longo dos últimos cinco anos, destacando as relações entre a TV Globo e a plataforma de streaming em termos de exibição/disponibilização de séries. O foco principal recai sobre as séries originais Globoplay. Para embasar as discussões, discorremos sobre os sistemas de broadcasting, narrowcasting e streaming, destacando o cenário brasileiro, mas também abordando o atual cenário internacionalizado de produção de conteúdos. Em termos de composição do catálogo de séries originais Globoplay, observamos a diacronia da plataforma, as estratégias combinadas de lançamentos de títulos, o redirecionamento para inclusão de conteúdo licenciado e para o lançamento de séries originais exclusivas. Esse movimento reforça a intenção de estabelecer a plataforma como um dos importantes players do mercado de streaming SVOD no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE: Séries originais; Globoplay; Subscription Video on Demand (SVOD).

INTRODUÇÃO

O cenário atual é marcado pela transformação do mercado de produções televisuais que se caracteriza pelo tensionamento entre modelos tradicionais de televisão aberta e canais a cabo e o novo modelo emergente de televisão distribuída pela internet (LOTZ, 2018) ou *webcasting*, com diferenças que, para alguns analistas, denotam uma “clivagem geracional” na qual as gerações jovens “se inscrevem em uma modernidade de consumo de imagens enquanto as gerações mais velhas (...) privilegiam o serviço televisivo clássico” (LE CHAMPION, 2019, p. 33).

¹ Trabalho apresentado no GP Ficção Seriada, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora doutora na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Líder do grupo de pesquisa GELiDiS–Linguagens e Discursos nos Meios de Comunicação ECA-USP/CNPq. E-mail: crismungiolli@usp.br

³ Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Pesquisadora do grupo de pesquisa GELiDiS–ECA-USP/CNPq. Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior-Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001. E-mail: flaviasuzue@usp.br

Cabe destacar que o presente texto utiliza dados e informações colhidos ao longo de dois projetos de pesquisa realizados pela primeira autora deste artigo: (1) *Ficção Seriada Televisa Brasileira: a dupla articulação gênero-formato ficcional como instância de mediação local no contexto da internacionalização e da transnacionalização dos formatos televisivos no período de 2015 a 2018* (realizado entre 2017 e 2018); e (2) *Um estudo da plataforma Globoplay no cenário da internacionalização de gêneros e formatos (2015-2020)*. Para ambos os projetos a Pró-Reitoria de Graduação da USP concedeu uma bolsa para estudante de graduação. O presente artigo amplia as discussões efetuadas por MUNGIOLI; IKEDA; PENNER (2018).

Como primeiro apontamento sobre a plataforma Globoplay, assinalamos que, em seu lançamento em 2015, a plataforma tinha como característica principal servir de repositório exclusivo de produções da TV Globo. Porém, desde 2018, a empresa tem adotado estratégias mais agressivas incluindo o licenciamento de séries ficcionais e outros formatos internacionais bem como a produção de séries originais, evidenciando novas estratégias para disputar a audiência dedicada às plataformas de *streaming* pelo público brasileiro (MUNGIOLI; IKEDA; PENNER, 2018).

Considerando o contexto atual de televisão, o artigo organiza-se em três partes. Primeiro, trata dos modelos de produção, distribuição e consumo de conteúdo televisual, e as implicações da passagem dos sistemas de TV aberta (*broadcasting*) (WILLIAMS, 2016) e TV paga (*narrowcasting*) para os novos modelos advindos da internet e da chamada televisão distribuída pela internet (LOTZ, 2018; CANNITO, 2010; JOST, 2019). Em seguida, aborda o tensionamento entre os mercados globais e nacionais e novos modelos de produção dele decorrentes (CASTELLS, 2009; BARKER; WIATROWSKI, 2017). A dinamização do mercado trazida pelo novo modelo de distribuição de conteúdo televisual influenciou no surgimento de iniciativas dos grandes grupos de mídia, entre as quais se destaca a criação, em 2015, da plataforma Globoplay - que opera no sistema de *Subscription Video on Demand (SVOD)* -, empresa do Grupo Globo, principal produtora de ficção seriada no Brasil há décadas. Assim, a terceira parte deste artigo é dedicada a estudar a plataforma Globoplay e a adoção de diferentes modelos de negócio que se refletiram na composição do catálogo.

1. Apontamentos sobre modelos de produção, distribuição e espetatorialidade

Os modelos de produção, distribuição e exibição de conteúdos nos sistemas *broadcasting* (TV aberta) e *narrowcasting* (TV a cabo paga), que se caracterizam pelo fluxo televisivo (WILLIAMS, 2016), e propõem ao telespectador uma grade de programação linear (com programas apresentados em dias e horários previstos e espaços fixos para intervalos comerciais) tiveram grande influência na configuração dos programas de televisão em geral. No caso específico das ficções televisivas, tais configurações - notadamente as relativas ao espaço-tempo da exibição e de sua recepção pelos telespectadores, bem como à duração propriamente dita do conteúdo - repercutem tanto na estrutura de roteiros quanto nas formas de experiência estética do telespectador.

Em termos estruturais, entre outros aspectos, podemos citar tanto a abordagem temática quanto a construção narrativa do episódio. No primeiro caso, o *narrowcasting* possibilita ao criador e ao produtor uma maior liberdade em termos de criação levando ao que seus executivos denominaram “*distinctive programming*” (LOTZ, 2018, p. 50). No segundo, o roteiro estrutura-se não apenas em torno de determinada duração do episódio, mas também de elementos narrativos e discursivos que caracterizam sua colocação em meio ao fluxo televisivo. Um dos exemplos que podemos citar desse caso seriam os ganchos (*cliffhangers*) - mais sutis entre blocos de uma trama (para ceder espaço ao intervalo comercial) e mais fortes entre episódios semanais.

É frente a essa linearidade e às suas marcas na composição do produto ficcional televisivo que os serviços de *streaming* se mostram como uma nova fronteira em termos de gêneros e formatos ficcionais. Diferentemente da característica do fluxo televisivo, os serviços de streaming se organizam como um arquivo de programas (CANNITO, 2010) que podem ser selecionados e vistos pelos espectadores por meio de dispositivos de *video on demand* (VOD) e *Subscription Video on Demand* (SVOD) conforme seu interesse e disponibilidade de tempo. Segundo Lotz (2018), essa forma de distribuição e consumo caracteriza a *televisão distribuída pela internet* - potencializada a partir de 2010 por plataformas de *streaming* como a Netflix – que revoluciona todo o sistema de distribuição, dominado por décadas pelos canais de televisão abertos ou a cabo. Tal modificação repercute também de maneira incisiva em toda a cadeia produtiva, seja nos modelos (e formas) de produção, seja nas estratégias de distribuição e nas formas de recepção do conteúdo televisivo.

A televisão distribuída pela internet amplia as possibilidades de experiência estética e regimes de espetatorialidade que podem variar conforme interesse, tempo, concepções estéticas do espectador e as características de gênero, de formato da ficção (COMBES, 2015) e mesmo de dispositivo de assistência (JOST, 2019, p. 24). Para cada uma dessas variáveis abre-se um grande leque de possibilidades de visionamento.

Uma das formas de assistência que têm chamado atenção de pesquisadores é o *binge-watching* (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2018; SACCOMORI, 2016; COMBES, 2015; JOST, 2019), ou maratona como é mais conhecida no Brasil, corresponde resumidamente à assistência de diversos episódios, ou temporadas inteiras, em sequência ininterrupta. As origens dessa prática remontam aos anos 1980, quando o espectador, ainda por meio do uso de fitas VHS e, posteriormente, por meio do uso de DVD Player e Blu-Ray, nos anos 1990 e 2000, tinha a possibilidade de gravar em casa seus programas favoritos e/ou comprar temporadas comercializadas pelas emissoras de televisão e a elas assistir de acordo com seus interesses. No final dos anos 1990, surgem, principalmente nos canais a cabo, as “maratonas de séries” por meio das quais era possível assistir à sua série predileta horas a fio. Porém, a prática ganhou novas nuances no contexto atual sobretudo devido à estratégia da Netflix de lançar todos os episódios de uma temporada de uma só vez (*binge release*). Estratégia que foi adotada por outras plataformas de *streaming*, incluindo o Globoplay no Brasil.

Conforme discutimos em Munglioli; Ikeda, Penner (2018), há diversas outras maneiras de assistência facilitadas pelas plataformas de *streaming* que vão desde o *speed watching*, ou aceleração de cenas, para escolher os pontos “mais importantes” da história. A prática, que pode ser vista como uma redução à “sequência dos acontecimentos” e uma perda em termos discursivos (JOST, 2019, p. 24), é utilizada para ver mais rapidamente todo o conteúdo dos programas, ou mesmo para acelerar cenas consideradas muito longas pelos espectadores (FITZPATRICK, 2016). No polo da distribuição, a Netflix tem testado a realização de produções interativas, com opções de final para o espectador escolher, em produções como *Gato de Botas: preso num conto épico* (2017) e no episódio *Bandersnatch* da série *Black Mirror* (2018) (GUSMÃO, 2018).

Enfim, embora boa parte dessas práticas, sobretudo maratona, *speed watching* e seleção de cenas, fosse possível por meio de dispositivos mais antigos não conectados à internet, as facilidades de uso originadas pelo avanço tecnológico de transmissão de dados e imagens pela internet vêm caracterizando um cenário de mudanças que força os

produtores a repensarem os negócios da televisão, com transformações tanto na maneira como os programas são feitos quanto nos modos com que as audiências podem assistir a eles (LOTZ, 2018).

2. Plataformas de streaming: entre o global e o local

A chegada das plataformas de streaming representou uma profunda transformação não apenas em termos de mercados nacionais, mas também em termos de mercados internacionais e globalizados. Como caso emblemático, podemos citar a Netflix, serviço de SVOD mais popular no Brasil e no mundo. Em setembro de 2020, a Netflix conta com 193 milhões de assinantes em mais de 190 países no mundo⁴. Em 2019, a empresa, para atender a um mercado de dimensões mundiais, produziu conteúdos originais em 17 países e planejava realizar produções em 130 países até 2020. (NETFLIX, 2019). A plataforma inaugurou não apenas um novo modelo de negócios de distribuição de vídeos via internet, mas também criou novos modelos de produção – em escala internacional e transnacional - e transformou formas de recepção (BARKER; WIATROWSKI, 2017) em escala mundial. A Netflix se tornou, nas palavras de Lotz (2018, p. 117), “a primeira rede global de televisão”. Dados do primeiro semestre de 2020 informam que mais de 50% da receita da empresa não se origina nos Estados Unidos (LOW, 2020). Em um de seus relatórios de 2019, a empresa credita seu sucesso mundial à estratégia de produção de produtos originais em diversas regiões e países do mundo e defende essa política comercial como essencial para sua manutenção à frente das concorrentes. “É por isso que começamos a investir em produções originais em 2012 e expandimos agressivamente desde então – através de categorias (gêneros) de programas com a ambição de compartilhar histórias do mundo para o mundo.” (NETFLIX, 2019, p. 6).

Considerando essa perspectiva, embora o cenário da atual forma de internacionalização e transnacionalização de conteúdos distribuídos e produzidos por plataformas de *streaming* globalizadas como a Netflix e Disney+ tenha componentes adicionais além daqueles estudados por Castells (2009), lembramos que a lógica da globalização das empresas de comunicação tem operado a partir do fato de que:

Embora o capital e a produção sejam globalizados o conteúdo dos meios é customizado para atender às culturas locais e à diversidade dos segmentos da

⁴ Informação disponível em: <https://about.netflix.com/en/news/good-morning-veronica-netflixs-first-original-thriller-in-brazil-gets>, acesso em 22 set. 2020.

audiência. Assim, do mesmo modo como é típico para outras indústrias, globalização e diversificação trabalham de mãos dadas. De fato, os dois processos são inter-relacionados: somente redes globais podem dominar os recursos da produção global dos meios de comunicação, mas sua habilidade para conquistar participação nos mercados depende da adaptação de seu conteúdo ao gosto das audiências locais. O capital é global; identidades são locais ou nacionais. (CASTELLS, 2009, p. 72)

É a partir desse tensionamento entre os mercados globais e nacionais que nos dedicamos a estudar a plataforma Globoplay.

3. Plataforma Globoplay: estratégias e formatos

Em novembro de 2015, a Globo - maior empresa de mídia do Brasil -, lança seu sistema de *SVOD*, o Globoplay.⁵ A plataforma é sucessora da Globo TV+ inaugurada, por sua vez, em setembro de 2012. Antes dela, a única opção de acesso aos programas da TV Globo era o site *globo.tv*, que, apesar de gratuito, disponibilizava apenas trechos de sua programação. Por meio de um sistema de assinaturas com cobrança mensal, a Globo TV+ disponibilizava os títulos da programação integralmente, incluindo programas de variedades, jornalísticos e telenovelas e séries. Cabe notar que a sucessão de diferentes serviços de *streaming* oferecidos pela Globo denota a busca de modelos que procuram manter a empresa como um *player* importante em um cenário de produção, distribuição e recepção de conteúdos televisivos internacionalizado.

No que concerne à estrutura institucional, deve-se mencionar o lançamento, em setembro de 2018, do projeto *Uma só Globo* - que unifica as diversas empresas do grupo, com exceção do Infoglobo -, que previa que até o final de 2019 a janela de vídeo sob demanda Globosatplay seria absorvida pelo Globoplay. Medida que ampliaria o catálogo da plataforma ao comportar o conteúdo produzido nos diversos canais pagos da programadora. O projeto ainda previa o investimento de um bilhão de reais na plataforma Globoplay em 2020 (ROSA, 2019). Como resultado dessa estratégia de reposicionamento institucional e adaptação ao cenário de televisão distribuída pela internet, em 2020, de

⁵ O Globoplay estreou em 03 de novembro de 2015. A plataforma é sucessora da Globo TV+3. Como diferencial em relação à transmissão via sinal de televisão, a plataforma possibilitava assistir à programação ao vivo com qualidade de imagem de 4K, superior ao oferecido até mesmo via sinal de TV digital. Inicialmente, a Globoplay abrigava programas já exibidos na Globo, incluindo telenovelas e séries, além de oferecer a possibilidade a não assinantes de acesso ao serviço para assistirem à programação exibida ao vivo na TV Globo.

fato, o Globoplay lançou o serviço Globoplay + canais ao vivo, com a oferta de uma assinatura complementar dos Canais Globo (como a Globosat passou a ser denominada)⁶.

Cabe ainda ressaltar, como forma de inserir a plataforma como um dos importantes *players* do mercado de *streaming* no Brasil, que, de acordo com o guia internacional de *streaming* JustWatch, as audiências das principais plataformas de *streaming* no Brasil são, pela ordem, Netflix com 30%, Prime Video (Amazon), 23% e Globoplay, 19% (PIMENTEL, 2020). Em números absolutos, o Globoplay conta com cerca de 22 milhões de usuários por mês (VENTURA, 2020). Esse posicionamento do Globoplay frente aos gigantes internacionais demonstra por si só a relevância de investigações científicas em torno desse objeto para o campo da Comunicação como forma de compreender mais amplamente as injunções sociais, simbólicas, econômicas e as especificidades das indústrias criativas em nosso país. No cenário de distribuição internacional, registramos que o Globoplay é disponibilizado desde janeiro de 2020 no mercado estadunidense com a promessa de incluir mais de 500 títulos originários da TV Globo (VENTURA, 2020).

4. Construção do catálogo Globoplay

A seguir, fazemos um breve panorama diacrônico sobre as estratégias de composição do catálogo do Globoplay, bem como de sua disponibilização para o público, considerando as inter-relações da plataforma com a programação da TV Globo.

Em seu início, em 2015, o Globoplay, ainda sem programas originais inéditos em seu portfólio, oferecia a assinantes a possibilidade de assistir a produções já exibidas na TV Globo e, a não assinantes, a possibilidade de assistir ao vivo à programação da mesma emissora (MUNGIOLI, IKEDA, PENNER, 2018, p. 58). A estratégia definida naquele momento, segundo afirmação de Erik Brêtas, então diretor de mídias digitais: "tudo o que é produzido pela TV Globo está no Globo Play... Obviamente, os filmes que não são da TV Globo não estão. Posso dizer que não teremos filmes e séries estrangeiras. Mas todo

⁶ Em 15 de setembro de 2020, o Globosat Play ganha o nome de Canais Globo. O novo serviço foi disponibilizado para clientes da TV por assinatura tradicional (com acesso por meio do login da operadora para liberar o acesso sem custo adicional). É possível ver conteúdo sob demanda e a programação linear dos seguintes canais: Bis, Canal Brasil, Combate, Futura, Globonews, Gloob, Gloobinho, GNT, Mais Globosat, Megapix, Multishow, OFF, Premiere, SporTV 1, SporTV 2 e SporTV 3, Studio Universal, Syfy e Viva. O pacote Globoplay + canais ao vivo passa a ser oferecido a partir de 1º de outubro de 2020. Informações disponíveis em: <https://tecnoblog.net/363115/globoplay-tera-sportv-globonews-e-canais-ao-vivo-da-globosat/> e <https://tecnoblog.net/367484/globosat-play-vira-canais-globo-e-mantem-streaming-de-tv-paga/>. Acessos em 10 out. 2020.

o resto, sim" (G1, 2015). Em 2016, a plataforma começa a assumir, ainda de maneira tímida, alguma proeminência em termos de lançamentos de títulos em relação à TV Globo. Das nove séries veiculadas na TV Globo naquele ano, quatro estrearam primeiramente na plataforma Globoplay (MUNGIOLI; IKEDA; PENNER, 2018, p. 58).

Além disso, foi possível observar nos dois anos iniciais da plataforma, o desenvolvimento de um processo de retroalimentação do *Globoplay* em relação a programas originários da TV Globo e canais Globosat que eram exibidos simultaneamente nesses canais e na plataforma de *streaming*. Além disso, identificamos ainda no ano de 2016 um baixo risco nas propostas de conteúdo originais, pois a plataforma apostava em séries que eram *spin-off* de telenovelas de sucesso naquele momento⁷, como *Totalmente Demais* (2015), *Haja Coração* (2016), *Liberdade, Liberdade* (2016).

Porém, é somente a partir de 2018 que estreiam as primeiras produções originais com algumas exclusivas para a plataforma de *streaming*. As séries *Assédio* (Globo/O2 Filmes), e *Ilha de Ferro* (Estúdios Globo), ambas lançadas integralmente no Globoplay, respectivamente em setembro e novembro de 2018, também tiveram estreia na TV Globo (em outubro e de novembro). Porém, apenas os episódios pilotos tiveram exibição, inicialmente, na televisão, demonstrando a estratégia de potencializar a aquisição de audiência de *streaming* por meio da difusão de um episódio-piloto na televisão aberta. Em setembro de 2018, a série *Além da Ilha* (coprodução com Multishow - canal do grupo Globosat⁸), foi lançada com exclusividade no Globoplay- e estreou no canal Multishow apenas em setembro de 2020.

Ao longo dos anos, o Globoplay ampliou seu catálogo de séries brasileiras e, a partir de agosto de 2018, passou a incluir títulos internacionais com a estreia da série estadunidense *The Good Doctor* (Sony Pictures Television e ABC Studios). De acordo com nossa pesquisa, menos de 6 meses depois, em janeiro de 2019, das 107 séries disponibilizadas pelo Globoplay, 27 eram títulos internacionais licenciados (25% do total). A inclusão de produções estrangeiras em seu catálogo evidencia novas estratégias

⁷ O Globoplay continua apostando nesse formato. É o caso de “As Five”, série original Globoplay, prevista para ser lançada em 2020 e que retoma a vida das cinco personagens protagonistas de “Malhação: viva a diferença”, levada ao ar entre maio de 2017 e março de 2018.

⁸ Empresa fundada em 1991, atualmente denominada Canais Globo, é subsidiária do Grupo Globo. Foi a primeira programadora a oferecer canais de TV por assinatura no país. Atualmente, opera mais de 30 canais pagos. Informação disponível em: <https://canaltech.com.br/empresa/globosat/>. Acesso em 20 set. 2020.

de posicionamento de mercado, objetivando disputar a audiência dedicada às plataformas de *streaming* pelo público brasileiro. O fato de ser parte do Grupo Globo e compartilhar com a TV Globo não apenas a identidade do grupo de comunicação, mas também seu portfólio de produções – como séries, minisséries e telenovelas, que, ao longo dos últimos 50 anos obtiveram audiências recordes e marcaram a cultura e o imaginário brasileiros - proporciona ao Globoplay aderência ao capital simbólico conquistado pelo canal aberto.

Em termos de produção nacional de ficção, no período de 2016 até maio de 2020, foram disponibilizadas 73 produções de ficção originais e não originais do *Globoplay* na plataforma. Consideramos séries originais as séries que, na plataforma, estão na subseção “Originais Globoplay”, na seção de séries. Cabe mencionar que esse selo indicativo, corresponde a produções que estrearam na plataforma, mesmo que, posteriormente à sua disponibilização no Globoplay, possam ter sido exibidas na TV Globo ou em outro canal Globosat.

O levantamento sobre as séries originais Globoplay indicou um total de 12 produções (10 títulos) nesse enquadramento, considerando o recorte temporal de 2018 a 2020, pois, como vimos, é a partir de 2018 que começa a ser disponibilizado esse tipo de produção. As duas primeiras séries originais, *Além da Ilha* (10 episódios) e *Assédio* (10 episódios), estrearam em setembro de 2018. Ainda em novembro daquele ano estreou *Ilha de Ferro* (12 episódios). O ano de 2019 registra o dobro de estreias de séries originais em relação ao ano anterior. Foram seis séries no total. Em junho, foi disponibilizada *Shippados* (12 episódios) e, em julho, duas outras séries: *Aruanas* (10 episódios) e *A Divisão* (5 episódios). A quarta temporada completa de *Sessão de Terapia* (35 episódios) foi lançada em agosto de 2019. Em outubro do mesmo ano, temos a estreia da segunda temporada de *Ilha de Ferro* (10 episódios). A última série a estreiar em 2019 foi a comédia *Eu, a Vó e a Boi* (6 episódios).

Em relação ao ano de 2020, constatamos até outubro (data final da coleta para este texto) a estreia de três séries: *Arcanjo Renegado* (10 episódios) em fevereiro; em abril, *Todas as Mulheres do Mundo* (12 episódios); e, em setembro, a segunda temporada de *A Divisão* (5 episódios).

Cabe destacar que, em 2020, o contexto de pandemia de Covid-19 vem impactando de maneira muito forte a produção de conteúdos audiovisuais em todo o mundo e no Brasil, onde observamos a suspensão de gravações por um período superior a seis meses. O contexto excepcional, além de atrasar a produção e o lançamento de séries

próprias, obrigou a TV Globo a reavaliar suas estratégias de forma inédita, exibindo reprises de telenovelas e séries em todos os horários anteriormente destinados a produções inéditas. Além de algumas raras exceções de formatos de humor, podemos mencionar a produção e exibição pela Globoplay e Globo das séries *Diário de um confinado* (também exibida no canal Multishow- e *Amor e Sorte*. A primeira apresenta o cotidiano de um homem solteiro em isolamento. A segunda caracteriza-se por se enquadrar no formato/gênero série antológica, pois possui um tema comum - relações familiares e amorosas em tempos de pandemia que se desdobra a cada episódio - com um elenco diferente para cada episódio. As tramas se desenvolvem nas próprias casas de atores e atrizes do elenco da série e, com exceção do primeiro episódio (*Gilda e Lúcia*), foram dirigidas remotamente. Citamos esses exemplos como forma de mensurar o impacto da pandemia de Covid-19 em nosso país em termos de produção televisiva. Certamente, tal impacto ainda se fará presente no próximo ano em termos de estreias de ficção televisiva tanto na TV Globo como no Globoplay.

5. Séries Originais Globoplay

No quadro 1, temos as produções que recebem da própria plataforma a identificação de “Original Globoplay”. Porém não se pode deixar de observar a importância de outras séries disponíveis na plataforma, como *Hebe* (anunciada em 11 de dezembro de 2019 como exclusiva, contando, inclusive, com veiculação, cinco dias depois, dos primeiros episódios na TV aberta como divulgação do serviço *streaming*)⁹. Destacam-se ainda as séries da TV Globo disponibilizadas, muitas vezes, com meses de antecedência em relação à exibição na emissora aberta. De acordo com dados da própria empresa, no terceiro trimestre de 2019, houve um aumento de 250% de horas assistidas pelos assinantes, fora o consumo dos não assinantes ao conteúdo livre (MEDEIROS, 2020).

Em relação ao quadro a seguir, informamos que a numeração na primeira coluna segue a ordem regressiva de disponibilização do conteúdo no Globoplay.

⁹ A partir de 30 de julho de 2020, a minissérie foi veiculada integralmente na TV Globo, o que pode ser reflexo da necessidade de teledramaturgias inéditas no canal, depois de meses de paralização das produções que tiraram, inclusive as telenovelas inéditas do ar.

QUADRO 1: Séries classificados com selo “Original Globoplay” entre janeiro de 2018 e outubro de 2020 (por data de estreia na plataforma)

	Título	Produção	Temporada	Gênero	Episódios	Estreia TV	Estreia Globoplay
1	A Divisão	Afroreggae Audiovisual/ Multishow/Hungry Man	2ª	drama /crime	5 (35/44 min)	-	10 set. 2020
2	Todas as Mulheres do Mundo	Estúdios Globo	1ª	comédia romântica	12 (25/40 min)	23 abr. 2020 (Episódio Piloto)	23 abr. 2020
3	Arcanjo Renegado	Globoplay/ Multishow/Afroreggae Audiovisual	1ª	drama/crime	10 (34/47 min)	10 fev. 2020 (Episódio Piloto)	7 fev. 2020
4	Eu, a Vó e a Boi	Estúdios Globo	1ª	comédia	6 (20/29 min)	-	29 nov 2019
5	Ilha de Ferro	Estúdios Globo	2ª	drama	10 (50 min)	-	25 out. 2019
6	Sessão terapia	GNT/Moonshot Pictures	4ª	drama	35 (27 min)	14 set.2020 (completa, GNT)	30 ago. 2019
7	A Divisão	Afroreggae Audiovisual/ Multishow/ Hungry Man	1ª	crime/drama	5 (40 min)	7 set. 2020 (completa, Multishow)	19 jul. 2019
8	Aruanas	Estúdios Globo co- produção Maria Farinha Filmes	1ª	drama	10 (40 min)	3 de jul. 2019 (piloto) 28 abr. 2020 (completa, TV Globo)	2 jul. 2019
9	Shippados	Estúdios Globo	1ª	comédia	12 (30 min)	18 jun. 2019 (Episódio piloto)	7 jun. 2019
10	Ilha de Ferro	Estúdios Globo	1ª	drama	12 (50 min)	19 nov.2018 (Episódio piloto)	14 nov.2018
11	Assédio	Estúdios Globo/O2 Filmes	1ª	drama	10 (30-40 min)	15 out. 2018 (piloto) 4abr.2019 (completa, TV Globo)	21 set. 2018
12	Além da Ilha	Floresta/Multishow	1ª	comédia/suspense	10 (30 min)	21 set. 2020 (completa, Multishow)	6 set. 2018

Fonte: autoras

Como explicitado anteriormente, conforme dados atualizados em outubro de 2020, das 10 séries que recebem o selo de original Globoplay, apenas duas tiveram segunda temporada até então *Ilha de Ferro* e *A Divisão*. Em relação à captação de audiência para o *streaming* a partir da exibição na televisão aberta, ação que explicita a estratégia de retroalimentação entre as duas janelas, seis séries originais da plataforma *streaming* tiveram episódios pilotos exibidos na TV Globo (*Assédio*, *Ilha de Ferro*, *Shippados*, *Aruanas*, *Arcanjo Renegado* e *Todas as mulheres do mundo*) e, dessas, duas foram posteriormente veiculadas de forma integral na televisão (*Assédio*, estreia em 3 de maio de 2019) e *Aruanas* (estreia em 28 de abril de 2020). Três obras foram exibidas em

canais pagos do grupo Globo, *A Divisão* e *Além da Ilha* (estreia no Multishow, respectivamente nos dias 7 e 21 de setembro de 2020) e a quarta temporada de *Sessão de Terapia* (estreia no GNT em 14 de setembro de 2020).

Também as estruturas das séries, no que concerne ao número e duração de episódios, apresenta uma variação. Das 12 temporadas lançadas, apenas três tiveram menos de 10 episódios, a saber, *Eu, a vó e a boi* e as duas temporadas de *A Divisão*. Oito séries tiveram de 10 a 12 episódios e, como exceção, a quarta temporada da série *Sessão de Terapia* teve 35 episódios. A duração dos episódios variou entre 27 e 50 minutos no conjunto de títulos. O gênero mais presente é o drama com seis títulos, frente a quatro comédias (duas das quais podem ser classificadas como comédias românticas). Entre os dramas, estão incluídos um título francamente baseado em fato real, *Assédio*, e um inspirado em situações reais, o drama policial *A Divisão*. Nota-se a clara ênfase em tramas contemporâneas e, no caso dos dramas, a forte presença de temas policiais e de crimes. Entre as séries que abordam essa temática temos: *A Divisão*, *Arcanjo Renegado*, *Aruanas*, *Assédio*.

Em relação à produção, os Estúdios Globo assinam sozinhos a produção de quatro títulos: *Shippados*; *Ilha de Ferro* (primeira e segunda temporadas); *Eu, a vó e a boi*; e *Todas as mulheres do mundo*, além de coproduzir *Assédio* com a produtora independente O2 e *Aruanas* com a Maria Farinha Filmes. Além dessas, outras quatro séries originais Globoplay foram coproduzidas: *Além da ilha* (Floresta Filmes); as duas temporadas de *A Divisão* (Afroreggae Audiovisual e Hungryman); *Arcanjo Renegado* (também com Afroreggae Audiovisual) e *Sessão de Terapia* (Moonshot). Assim, apenas a produtora Afroreggae Audiovisual comparece em mais de uma produção, com exceção dos próprios Estúdios Globo. Com relação à retroalimentação do conteúdo entre mídias do interior do Grupo Globo, o canal GNT assina a quarta temporada de *Sessão de Terapia*, série cujas três primeiras temporadas já haviam sido produzidas e exibidas pelo canal- a quarta temporada estreou na televisão em setembro de 2020, e Multishow coproduz as séries *Além da ilha* e *A Divisão*, que estrearam posteriormente na TV paga (ambas em setembro de 2020).

Em comunicado da companhia em 2020, Brêtas confirmou que a oferta de conteúdo nacional segue sendo considerado um grande trunfo comercial: “Com a força dos Estúdios Globo e com parcerias estratégicas no mercado independente, o Globoplay está multiplicando sua capacidade de oferecer ao assinante séries, filmes e documentários

inéditos e de alta qualidade” (GLOBO, 2020). A reafirmação do posicionamento do grupo como maior produtora de conteúdo ficcional no país, parece confirmar a crença de que “o sucesso televisivo não repousa apenas em critérios econômicos. Ela é também fruto de uma história” (CAMPION 2019, p. 61).

Considerações

Desde o seu lançamento, em 2015, o Globoplay tem como base a oferta de conteúdo original da Globo, seja nos formatos de televisão ou de cinema. Após dois anos de experiências de lançamento de séries de ficção subordinadas à oferta da TV Globo, em 2018 a plataforma passa a incluir conteúdos internacionais e produções brasileiras licenciadas. No mesmo ano, o Globoplay lançou suas primeiras séries originais. Até outubro de 2020, 10 títulos constavam na plataforma com o selo “Original Globoplay”, dos quais dois tiveram segunda temporada. Mais da metade das produções foram realizadas pelos Estúdios Globo, reforçando a integração institucional do grupo, dessas seis produções, duas tiveram coprodução. Nesse quesito, do total, seis séries foram coproduzidas por produtoras independentes. Em relação ao gênero, dos dez títulos, seis podem ser descritos como dramas e quatro como comédias.

Ainda sobre a retroalimentação entre as diferentes mídias do guarda-chuva do Grupo Globo, destacamos, além das mencionadas estratégias para atrair a audiência do sistema *broadcast* para o *SVOD* - como a estreia de séries na plataforma antes da televisão aberta e o lançamento de episódios pilotos de seis séries originais na programação da TV Globo -, a veiculação integral de séries originais da plataforma (*Assédio* e *Aruanas*) e, ainda, nos canais pagos Multishow (*Além da ilha* e *A Divisão*) e GNT (*Sessão de Terapia*).

Complementarmente, no segundo semestre de 2020, o Globoplay lançou o serviço Globoplay + canais ao vivo, com a oferta de uma assinatura complementar dos Canais Globo (como a Globosat passou então a se chamar). Essa dinâmica tende a expandir a quantidade de títulos internacionais disponíveis no Globoplay, o que vem sendo um dos focos de investimento do portal, além dos conteúdos originais. A crescente abrangência e diversificação de conteúdos reforça a percepção dos esforços da plataforma em se posicionar com destaque no mercado brasileiro de serviços *SVOD*.

Finalmente, não é possível referir-se a temas da cultura em 2020 sem destacar a tensão que o isolamento imposto pela pandemia do Covid-19 gerou em todos os setores.

Fora a mencionada paralização das produções, e as diferentes estratégias para suprir a demanda por conteúdo televisual tanto nas televisões aberta e paga quanto no *streaming*, o consumo das plataformas *SVoD* registrou crescimento no Brasil, à medida que as pessoas ficaram mais em casa. No caso do Globoplay, a plataforma aumentou sua base de assinantes de 4 milhões no começo do ano para 6,5 milhões no fim do primeiro semestre (CESAR, 2020).

REFERÊNCIAS

BARKER, C.; WIATROWSKI (ed), M. **The Age of Netflix**: critical essays on streaming media, digital delivery and instant access. North Carolina (EUA): McFarland & Company Publishers, 2017.

CAMPION, B. Plateformes de SVOD: le Nouveau networks de la télévision américaine? **Télévision**. no. 10, dossier Mutations de la télévision. CNRS Éditions, Paris, 2019

CANNITO, Newton. Sobre os conceitos de TV e mídia digital. **In: A televisão na era digital. Interatividade, convergência e novos modelos de negócio**. São Paulo: Summus, 2011.

CASTELLANO, M.; MEIMARIDIS, M. Binge-watching is the new black: as novas formas de espetatorialidade no consumo de ficção televisiva. **In: Contemporânea| Comunicação e Cultura** - v.16 – n.03 – set-dez 2018 – 689-707.

CASTELLS, M. **Communication power**. New York: Oxford University Press, 2009.

CESAR, D. Globoplay dispara com novelas e fatura quase R\$ 150 milhões por mês. Na Telinha. **UOL**. 05 jul. 2020. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/mercado/2020/07/05/globoplay-dispara-com-novelas-e-fatura-quase-r-150-milhoes-por-mes-147400.php>. Acesso em 10 out. 2020.

COMBES, C. Du rendez-vous télé » au binge watching : typologie des pratiques de visionnage de séries télé à l'ère numérique . **Études de communication** [En ligne], 44 | 2015, 01 jun 2015.

G1. Globo Play é lançado; conheça nova plataforma digital de vídeos da Globo. 26 out. 2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/10/globoplay-nova-plataforma-digital-de-videos-da-globo-e-lancado.html>. Acesso em: 10 out. 2020.

GLOBO. Globoplay redobra aposta no conteúdo brasileiro e anuncia novas produções originais para 2020. Site de imprensa. 20 jan. 2020. Disponível em: <https://imprensa.globo.com/programas/globoplayinstitucional/textos/globoplay-redobra-aposta-no-conteudo-brasileiro-e-anuncia-novas-producoes-originais-para-2020/>. 2020. Acesso em: 10 out. 2020.

JOST, François. Extension du domaine télévisuel. **Télévision**, número 10. Paris: CNRS Éditions, 2019. p. 9-31

LE CHAMPION, Rémy. La télévision entre deux paradigmes. **Télévision**. no. 10, dossier Mutations de la télévision. CNRS Éditions, Paris, 2019. p. 33-52.

LOTZ, A. **We Now Disrupt This Broadcast-** How Cable Transformed Television and the Internet Revolutionized It All. London: The MIT Press Cambridge, Massachusetts, 2018.

LOW, E. Inside Netflix's Quest to Become a Global TV Giant. Variety. 30 jul. 2020. Disponível em: <https://www.msn.com/en-us/tv/news/inside-netflixs-quest-to-become-a-global-tv-giant/ar-BB17mXeT>. Acesso em 10 out. 2020.

MEDEIROS, H. Base de assinantes do Globoplay cresce 56% em um ano. Mobile Time. 21 jan. 2020. Disponível em: <https://www.mobiletime.com.br/noticias/21/01/2020/base-de-assinantes-do-globoplay-cresce-56-em-um-ano/>. Acesso em: 10 out. 2020.

MUNGIOLI, M. C. P.; IKEDA, F. S.; PENNER, T. Estratégias de streaming de séries brasileiras na plataforma Globoplay no período de 2015 a 2018. **Revista GEMINIS**, v. 9, p. 52-63, 2018.

NETFLIX. **Q3 Results and Q4 Forecast**. 2019. Disponível em: https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc_financials/quarterly_reports/2019/q3/FINAL-Q3-19-Shareholder-Letter.pdf. Acesso em 21 out. 2019.

PIMENTEL, João Paulo. **Netflix will be the streaming leader in Latin America in the foreseeable future**. Disponível em: <https://labs.ebanx.com/en/articles/technology/netflix-streaming-leader-latin-america-f>. Acesso em 14 ago. 2020.

ROSA, João Luiz. Reformulada, Globo avança na direção de se tornar 'media tech'. **Valor**. Disponível em: valor.globo.com/empresas/noticia/2019/11/08/reformulada-globo-avanca-na-direcao-de-se-tornarmedia-tech.ghtml. Acesso em 20 jul. 2020.

SACCOMORI, C. **Práticas de binge-whatching na era digital: Novas experiências de consumo de seriados em maratonas no Netflix**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016.

VENTURA, Felipe. Globoplay lança streaming de conteúdo brasileiro nos EUA por US\$ 13,99 mensais. **Tecnoblog**. Disponível em: tecnoblog.net/321833/globoplay-lanca-streaming-conteudo-brasileiro-eua/. Acesso em: 29 mai 2020

WILLIAMS, R. **Televisão: tecnologia e forma cultural**. São Paulo: Boitempo, 2016.