
'Mundo Mistério', Netflix: o que se revela da ideia surgida entre o YouTube e o *streaming*¹

Rhayller Peixoto da Costa SOUZA²

Danielly Bezerra dos SANTOS³

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP

RESUMO

Este texto pretende explorar a entrada do programa 'Mundo Mistério', criado pelo *youtuber* brasileiro Felipe Castanhari, para o catálogo do serviço de *streaming* Netflix. Neste espaço, são trazidos os principais números sobre o espaço primordial de trabalho do *youtuber* Castanhari e, na sequência, analisados os episódios que compõem a primeira temporada da série, lançada em 2020. A partir desse apanhado, são colocados em reflexão os aspectos que conduziram à continuidade da produção de conteúdo de caráter científico para o *streaming* e quais elementos foram escolhidos para enquadrar a série como um diálogo formativo em termos científicos. Foi percebido que a série demanda e ao mesmo tempo responde a uma continuidade de produção de conteúdo entre as redes YouTube e Netflix como uma relação de convergência e que a segunda rede pode se colocar como um espaço de legitimação de discursos.

PALAVRAS-CHAVE: Netflix; YouTube; Felipe Castanhari; Conhecimento científico; Produção.

INTRODUÇÃO

No período da Modernidade, a ciência se estabeleceu com a prerrogativa do uso cada vez mais sofisticado da técnica e da centralidade da racionalidade na proposta e desenvolvimento de teorias, inicialmente nas ciências naturais/exatas e, em seguida, nas ciências humanas e sociais com a compartimentação e especialização das múltiplas disciplinas (BRAGA et al, 2005). Com o século XX como palco do processo de acomodação deste novo formato de produção e entendimento do saber científico quanto às especialidades e aos detentores destas, as tecnologias digitais colocadas para o mundo na virada para o século XXI trariam à tona os diferentes aspectos deste

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Mestrando no PPGCOM - ECO/UFRJ, e-mail: rhayllerpeixoto@gmail.com

³ Mestranda no PPGCOM - ESPM/SP, bolsista PROSUP-CAPEs, e-mail: daniellybdossantos@gmail.com

fenômeno científico moderno. As possibilidades de disseminação de informação e conhecimento no meio digital seriam incontáveis diante do imensurável alcance que as produções - científicas ou não - poderiam ter (CASTELLS, 1999).

Com a consolidação da internet comercial nos lares brasileiros a partir dos anos 2000, essa sociedade informacional passou a ter acesso a produções não apenas criadas/idealizadas pelas grandes produtoras tradicionais (do Brasil e do exterior). A viabilidade da conexão com plataformas *web* como a rede YouTube e serviços de *streaming* como a pioneira Netflix introduziram uma inovadora possibilidade de consumo de audiovisual para o público brasileiro em sua diversidade de preferências, idades, regiões de origem e graus de formação.

Ao entrar no mercado brasileiro em 2011, a empresa Netflix se estabelece rapidamente como o serviço mais acessado do gênero *streaming* até meados de 2020 (SANTOS; ZOZZOLI, 2018) - momento em que disputa o primeiro lugar com a rede brasileira ‘Globoplay’⁴. Entre a primeira e a segunda décadas, o YouTube também passa a ganhar destaque no consumo de vídeos por brasileiros⁵. Ao olhar essas duas plataformas em perspectiva e com os anos de acomodação que encontram na situação brasileira, é possível fazer aproximações sobre a fluidez de conteúdos, temáticas e personagens/personalidades que transitam de uma para a outra com cada vez mais clareza.

É com atenção a essas condições de atuação que nos debruçamos nesse espaço, observando a entrada de um produtor de conteúdo do/para YouTube, Felipe Castanhari, no catálogo da empresa Netflix, num contexto onde a demanda por conteúdos informativos ganha relevo.

Conexões e *Insights*

O consumo de audiovisual através do *streaming*, intensificado a partir dos anos 2000 com a expansão da internet comercial na maioria dos países do mundo, permite

⁴ Proposta pelo Grupo Globo, o serviço de *streaming* brasileiro ‘Globoplay’ registrou através de pesquisa de empresa independente em outubro de 2020 uma correção do número de usuários únicos, marcando 20 milhões destes no Brasil. Disponível em: <<https://www.minhaoperadora.com.br/2020/10/globoplay-passa-a-netflix-em-numero-de-assinantes-no-brasil.html>>. Acesso em 08 out 2020.

⁵ Segundo dados do próprio Google, o YouTube atingiu, em 2015, a marca de rede mais acessada para consumo de vídeos na internet. Disponível em: <<https://bit.ly/3iGv4kG>>. Acesso em 06 out 2020.

novos olhares sobre a relação que se coloca entre o espectador e o material adquirido. A categoria da exibição *on demand* estabelece novas possibilidades de acompanhar, revisitar e, ainda, refletir sobre as produções disponíveis neste formato.

A partir do que é observado por Vanessa Valiati (2020) em seus levantamentos qualitativos, a complexidade que compõe a narrativa do produto em questão - série, filme, show, documentário, *reality show* - interfere diretamente nos hábitos de visualização. O tempo de permanência na plataforma vai ser maior ou menor em função do engajamento dos usuários com a produção a que dedicam atenção, que por sua vez causa efeitos nas atribuições de significado desses espectadores. Nesse sentido, o consumo dessas produções (sobretudo as séries, com uma sequência de temporadas e narrativas mais longas) acaba por despertar um sentimento de pertencimento ou, em caso contrário, de exclusão diante de determinados grupos.

Outro aspecto importante no padrão de consumo dos usuários ouvidos é o uso simultâneo das diferentes telas durante o período em que se assiste à série, filme ou show. Com o relato de uma das respondentes, tem-se a impressão da possibilidade de interações paralelas nos diferentes suportes: “Se é uma série que exige mais atenção, eu fico com a atenção ali. Agora, se é uma série mais de comédia, consigo captar só pelo áudio, [...] eu fico no Whatsapp, no Facebook e vou ouvindo” (VALIATI, 2020, p. 198).

Esse comportamento, apontado pela autora como não-isolado, indica uma natural interação do público geral da rede Netflix com as demais mídias digitais e conteúdos que ali circulam. Essa fluidez dos usuários enquanto público ‘onipresente’ ajuda a compreender de que maneira conteúdos, figuras e propostas de produção atravessam as redes digitais abertas para serviços de assinatura, como a Netflix. Relação posta, ocorrências como a chegada de um canal estabelecido no YouTube na produtora Netflix parece representar uma aposta numa iniciativa que, se bem-sucedida, atrai e aproxima o público do canal ou da figura/personagem em questão.

Na leitura de Jenkins (2009), o YouTube se constituiu como um espaço inovador na propagação de discussões para um amplo grupo de pessoas que podem ser atingidas com o caráter público da rede, bem como o aprendizado prático através de um ambiente colaborativo e semiprofissional, e como um conjunto de arquivos de mídia. Segue comentando:

O YouTube emergiu como um site fundamental para a produção e distribuição da mídia alternativa – o marco zero, por assim dizer, da ruptura nas operações das mídias de massa comerciais, causada pelo surgimento de novas formas de cultura participativa. No entanto, temos de compreender o YouTube como parte de uma organização cultural maior. Em primeiro lugar, o YouTube representa o encontro entre uma série de comunidades alternativas diversas, cada uma delas produzindo mídia independente há algum tempo, mas agora reunidas por esse portal compartilhado. (JENKINS, 2009, p. 357)

Assim sendo, o YouTube, com suas múltiplas possibilidades de *upload*, publicação e *streaming* de vídeos, vê os personagens que ali se desenvolvem alcançarem a notoriedade de figuras públicas, semelhantes atualmente àqueles dos veículos tradicionais - são os identificados especificamente como ‘*youtubers*’ (BURGESS; GREEN, 2009).

As figuras dos *youtubers* formam, segundo Burgess & Green (2009 apud COSTA, 2020), “um sistema próprio de celebridades. Seguidos, suscitam gostos e paixões, sugerem tendências e ampliam a ideia de novidade e movimento. Tornaram-se grandes referências da cultura ‘You’, essa ‘unidade’ que chega às ‘tribos’ de modo rápido, fácil e simples” (p. 06).

As personalidades construídas no espaço do YouTube se projetam como autênticos formadores de opinião, celebridades reconhecidas nacionalmente, requisitados em campanhas publicitárias e considerados para adentrar na esfera tradicional de veiculação, com a televisão como um dos exemplos. Ao performatizarem nesse ambiente, os *youtubers* optam pela escolha de determinados temas a abordar em suas produções, escolhem palavras específicas e vislumbram atingir um público bem delimitado. Há a presença de arquétipos e de técnicas de *storytelling*, que em um recurso de ‘narração’ ajudam a entender porque certos canais brasileiros conquistaram a atenção e fidelidade dessa audiência (COSTA, 2020).

Valorados como influenciadores digitais, suas propostas e discussões (ou seja, as produções que compõem os canais do YouTube), passam a ser consideradas como objetos relevantes para pertencerem a outras mídias, em um movimento de convergência desses meios.

A entrada do programa ‘Mundo Mistério’ como uma expansão ou migração do formato e conteúdo originados no YouTube (neste objeto específico, a série de Felipe

Castanhari) reafirma Jenkins quando há continuidade dos temas e da sofisticação na produção e filmagem ao levar para a Netflix o público ‘seguidor’ do *youtuber*.

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando. (JENKINS, 2009, p. 30)

Em uma leitura apoiada em Pierry Lévy, podemos ressaltar que o ambiente digital permite, por sua própria natureza fluida, a circulação de informação e mesmo a produção de conhecimento. A autora Fernanda Castilho assim discute as definições originais sobre o ciberespaço como sendo mais do que apenas o ambiente para a circulação de conhecimento, mas ele mesmo como campo de conhecimento:

O ciberespaço designa ainda, para Lévy, não tanto os novos suportes da informação, mas sim as formas originais de criação, de navegação no conhecimento e de relação social. Lévy define o universo das redes numéricas como lugar de encontros e de aventuras (Lévy, 1994, p.152). O autor chama a atenção para os mundos virtuais como instrumentos de autoconhecimento e autodefinição de grupos humanos, constituídos em internos colectivos autónomos, classificados como *inteligência colectiva* (Lévy, 1994, p.129). (CASTILHO, 2012, p. 248)

Acomodados como já se encontram no presente essas figuras respaldadas por suas audiências para falar sobre os mais variados assuntos nas redes digitais, buscaremos observar mais detidamente o exemplo de um criador de conteúdo e seu canal com tendência à produção e ao entendimento científico - gênero que, embora não completamente popular na rede YouTube no Brasil, aponta através das mudanças aqui colocadas um possível interesse por consumir conteúdo deste universo.

Apontamentos Metodológicos

Para a presente análise, nos concentramos na sequência dos oito episódios que compõem a temporada de estreia do programa na Netflix, sendo decupados em breves

comentários para apreensão da temática principal discutida e possíveis interpretações de cada um deles - cabíveis neste espaço de discussão.

Procedemos à observação de possíveis elementos constituintes de uma narrativa científica que pudesse ser preponderante na produção da série para o *streaming* (mais do que no contexto do YouTube propriamente).

Para tal, trata-se de considerar a complexidade da estrutura audiovisual (sentidos, técnicas, sequência e composição das cenas) no processo de observação da produção/questão em tela. A escolha das exposições nesse texto também compreende um determinado recorte entendido pelos autores como mais relevante para essa discussão, uma vez que essas escolhas refletem os pontos de maior atenção para nós, mas não representam um ponto de vista único e verdadeiro (ROSE, 2002).

Como nos diz Diana Rose (2002), todo processo de análise de material audiovisual é uma translação e, em linhas gerais, uma simplificação do fenômeno, e define:

A estrutura narrativa se refere ao formato de uma história, no sentido de que ela possui um começo identificável onde a situação da peça muda, um meio onde as diferentes forças desempenham seus papéis, e um fim onde temas importantes são articulados. Esse fim da história é muitas vezes referido como o "fechamento da narrativa". Há ainda uma questão que se refere a "voz" na narrativa e a identidade do narrador. (ROSE, 2002, p. 355)

Diante da proposta de depreender os aspectos que podem ou não ser vistos na segunda criação do *youtuber* Castanhari (a série a convite da Netflix), a reflexão sobre qual a forma de narrativa escolhida para esse papel também nos auxilia a enxergar as prováveis intenções do criador, da empresa e do programa em seu direcionamento de público.

Duas interfaces da mesa rede

A rede YouTube, nos dados referentes a 2018, apareceu como plataforma utilizada por 95% do participantes da pesquisa Hootsuite 2019⁶, que registrou os hábitos dos usuários brasileiros na internet. Nesse grupo de respondentes, a categoria ‘música’

⁶ Dados do Relatório da Situação Digital Global em 2019. Disponível em: <<https://hootsuite.com/pt/pages/digital-in-2019>>. Acesso em 06 out 2020.

aparece como mais procurada, seguida por ‘filmes, ‘desenhos’ e ‘jogos’ (em ordem de maior para menor preferência).

No YouTube, o ‘Canal Nostalgia’ criado e apresentado pelo designer gráfico Felipe Castanhari (30 anos) se coloca como um convite a relembrar e entender fatos e objetos do passado, unindo curiosidades e disseminação de informação científica, sobretudo com o amadurecimento na plataforma. Iniciado em 2011, a expressividade inicial do canal se somava às muitas tentativas existentes de firmar-se um espaço de relevância na rede.

Semelhante à personalidades tradicionais, como o cientista estadunidense Carl Sagan e famosos programas televisivos como Cosmos (1980) e o Mundo de Beakman (1990) - com o segundo sendo uma influência direta para o *youtuber* Castanhari⁷ -, o espaço conquistado pelo Canal Nostalgia se expandiu para questões mais complexas e de caráter científico claramente delineado, onde pode ser reconhecido atualmente o objetivo de divulgação científica. Felipe Castanhari iniciou sua trajetória com um canal em que os seguidores poderiam relembrar os bons momentos da infância, e manteve esta proposta inicial ao produzir conteúdos como curiosidades sobre personagens de *games*, personalidades da mídia e programas infantis. Em parceria com o roteirista Fabio Almeida, que adicionou ao canal uma face mais técnica diante do que se propunha, a produção ganhou robustez em termos de conteúdo, acessos e notoriedade para além do próprio YouTube.

O primeiro vídeo de grande repercussão do canal apresentava curiosidades sobre o antigo programa infanto-juvenil dos anos 1990, ‘Tv Cruj’ (produzido pela Disney em parceria com a emissora brasileira SBT)⁸. Decerto a parceria com Fábio Almeida pode ser considerada de grande êxito uma vez que a facilidade na veiculação de informação sobre o que não se tinha acesso nas décadas passadas e o carisma do apresentador fizeram o Canal Nostalgia ampliar intensamente seu público, assim como seu faturamento. Em 2013 eram aproximadamente 100 mil inscritos no YouTube, aumentando para 1 milhão de inscritos em 2014, 3 milhões em 2015 e 10 milhões em

⁷ Entrevista com Felipe Castanhari disponível em: <<https://revistagalileu.globo.com/Ciencia/noticia/2020/08/felipe-castanhari-ha-uma-barreira-que-separa-pessoas-da-ciencia.html>>. Acesso em 06 out 2020.

⁸ Entrevista disponível em: <<https://glo.bo/3nK2C5m>>. Acesso em 03 out 2020.

2017. Hoje somam-se mais de 13 milhões⁹ de internautas que acompanham os vídeos produzidos e narrados pela voz do designer e divulgador científico, além dos que consomem o conteúdo na rede social Facebook, onde são registrados mais de 3,5 milhões e meio de likes. Transformando-se em um fenômeno da internet brasileira, o Canal Nostalgia proporcionou ao criador Castanhari o 7º lugar no ranking de maiores influenciadores digitais no Brasil no ano de 2019¹⁰, assim como participações anteriores em filmes e, neste ano de 2020, na série ‘Mundo Mistério’, da Netflix.

De acordo com as listas de reproduções de vídeos disponíveis no canal, os temas e tópicos produzidos são: Castanhari na Netflix; Nostalgia História; Nostalgia Ciência; Assuntos em alta; Como ficou famoso?; Fábrica feliz; Histórias Nostálgicas; Expresso Nostalgia; Retrospectiva animada; e documentários sobre artistas, cientistas e demais personalidades.

Desvendando os mistérios

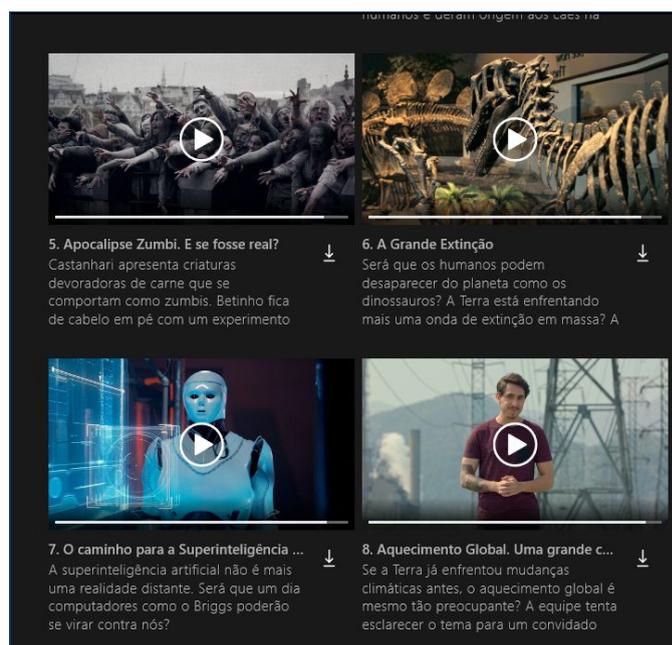
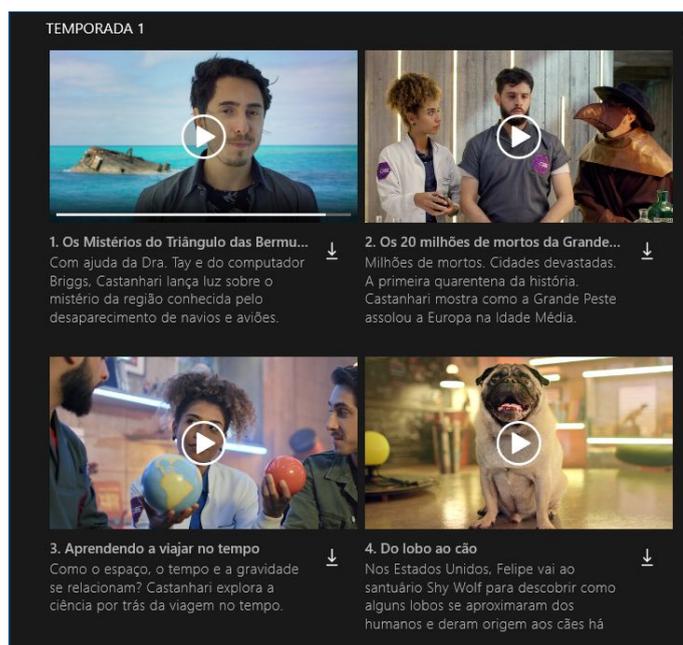
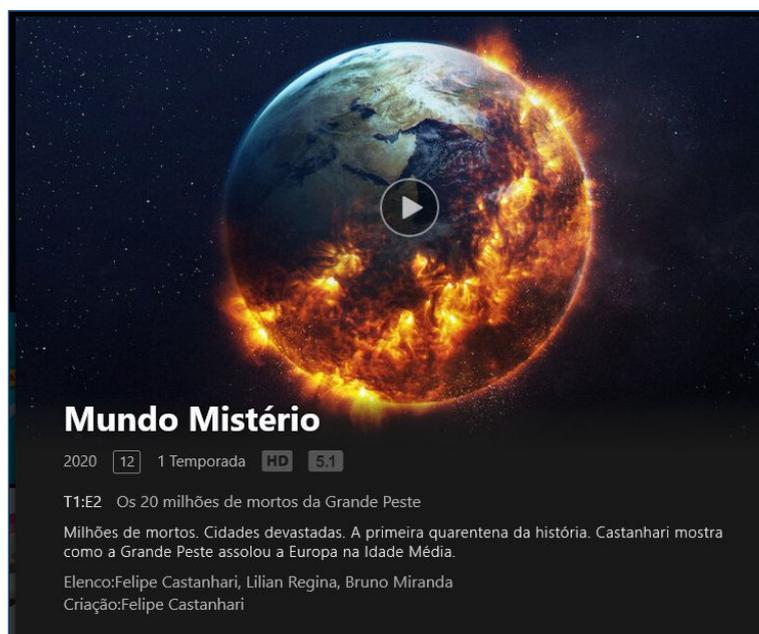
Em julho de 2020, a Netflix e o *youtuber* Castanhari anunciaram oficialmente nas redes sociais digitais a estreia da mais nova série criada e dirigida por ele para integrar o catálogo do *streaming*, chamada ‘Mundo Mistério’. Como relata o apresentador, a nova produção surgiu de um projeto iniciado no próprio canal do YouTube (‘Nostalgia Ciência’) e foi colocada como uma tentativa de falar sobre ciência e curiosidades do cotidiano de uma maneira descontraída e atual¹¹.

A sequência de imagens aqui trazida mostra os oito episódios da série ‘Mundo Mistério’ tal como são exibidas na interface da plataforma Netflix. Os temas de cada episódio estão abaixo das imagens ilustrativas. A série está disponível apenas para os assinantes do serviço.

⁹ Números registrados em outubro de 2020 no YouTube. Página do canal disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCH2VZQBLFTOp6l_qgnBJCuQ>. Acesso em 12 out 2020.

¹⁰ Lista disponível em: <<https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/whindersson-nunes-e-considerado-o-maior-influenciador-digital-do-brasil-veja-lista/>>. Acesso em 03 out 2020.

¹¹ Entrevista com Felipe Castanhari sobre lançamento da série ‘Mundo Mistério’ disponível em: <<https://entretenimento.uol.com.br/noticias/redacao/2020/07/16/mundo-misterio-felipe-castanhari-netflix.htm>>. Acesso em 06 out 2020.



Imagens 1 a 3: Apresentação (trailer) e lista dos episódios disponíveis na primeira temporada, lançada em julho de 2020 (Acesso em 02 out 2020)

O ‘Mundo Mistério’ é uma série original Netflix com oito episódios e cerca de 25 minutos de duração cada¹². A produção se iniciou em dezembro de 2018 e poderia alcançar, segundo Castanhari, a maioria da audiência original do seu canal do YouTube

¹² Portal oficial da série na Netflix: <<https://www.netflix.com/br/title/81020977>>. Acesso em 06 out 2020.

(com dados levantados por ele mesmo junto a seus seguidores através de seus perfis nas redes sociais Instagram e Twitter). Anunciada como projeto futuro aos seguidores do canal no final de 2019, a série estreou na Netflix brasileira no dia 04 de agosto de 2020.

Além de ser o idealizador, Felipe Castanhari foi o diretor geral, roteirista, produtor e, em alguns episódios, editor¹³. Nas redes sociais e diante das câmeras, o apresentador é reconhecido como carismático e com boa capacidade de comunicação e desenvoltura para apresentação em vídeos gravados. É possível considerar essas características como notáveis para a escolha do *youtuber* e suas propostas em integrarem o catálogo como uma ‘produção original Netflix’. Para a realização da série, uma equipe de especialistas foi montada para checagem das informações, além de uma consultoria científica como pós-produção dos episódios¹⁴.

A série ‘Mundo Mistério’ é composta por quatro personagens principais que intercalam diálogos ao longo dos episódios, e cada um possui um perfil particular. O principal, e que não interpreta nenhum personagem, mantendo seu próprio nome e profissão, é o criador Felipe Castanhari. Ao seu lado, sempre está o zelador Adalberto ou Betinho, a cientista, doutora Thayane, e o aparelho que presta assistência virtual, B.R.I.G.G.S.

Castanhari se porta como um apresentador “comum”, um jovem que explora as temáticas em uma linguagem formal, mas não complexa ou tradicionalmente científica. Faz a introdução das questões e, em seguida, sempre inicia um diálogo com os outros personagens, que parecem se colocar como representantes de distintos perfis sociais que se encontram no cotidiano social Brasil.

Adalberto ou Betinho é um rapaz jovem responsável pelo prédio onde a história da série se passa. No primeiro episódio e nos seguintes há sempre a referência ao fato de ser ele um estudante de curso supletivo¹⁵, e que, na situação do diálogo na série, aprende novos conteúdos por meio do diálogo e das explicações dos três personagens para com ele.

¹³ Dados divulgados pelo apresentador em seu canal em 2019, disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=ZYO4qOIBJU8&feature=emb_logo>. Acesso em 06 out 2020.

¹⁴ Disponível em:

<<https://entretenimento.uol.com.br/noticias/redacao/2020/07/16/mundo-misterio-felipe-castanhari-netflix.htm>>.

Acesso em 06 out 2020.

¹⁵ Modelo de curso intensivo para conclusão do ensino médio por jovens e adultos fora da idade escolar comum.

Doutora Thayane é apresentada como uma cientista, embora sem a especialização informada. É representada por uma mulher jovem e negra, que está sempre de jaleco branco. Os diálogos que partem dessa personagem são, em sua maioria, em forma de explicação sobre o fenômeno ou o conceito visto.

O quarto personagem é um assistente eletrônico, uma inteligência artificial chamado B.R.I.G.G.S. Narrado por um dublador, o sistema aparece na tela de uma televisão e dialoga com os outros participantes apresentando dados e explicações sobre os temas que são discutidos nos episódios.

Na tabela a seguir, os oito episódios estão acompanhados de uma breve interpretação cabível neste espaço:

Título do episódio	Comentários
1- Os mistérios do Triângulo das Bermudas	Neste primeiro episódio é dada bastante ênfase à posição da ciência como ‘esclarecedora’ do mundo e dos mistérios. Com uma temática do clássico imaginário fantasioso, há uma contraposição com reforço na confiança da ciência como esfera que confronta o problema das explicações infundadas e/ou insuficientes
2- Os 20 milhões de mortos da grande peste	São colocadas diversas cenas construídas em animação para remontar ao período medieval, onde se deu a questão da doença ‘peste negra’, tema deste episódio. O apresentador viajou até a Europa e trechos do episódio também foram gravados naquela localidade. Ao expor a trajetória de contágio e cura da doença, aspectos como ‘hábitos de higiene e saúde’ e ‘possibilidades da medicina e da biologia’ são contados e contextualizados
3- Aprendendo a viajar no tempo	Este episódio começa com uma história literária apresentada com nuances de lenda urbana, até ser esclarecida como um conto (de um escritor estadunidense). Esse trajeto de iniciar a discussão do tema desconstruindo as impressões populares para então adentrar no domínio científico do assunto e encerrar com uma explicação com esse respaldo se repete em outros ao longo da temporada
4- Do lobo ao cão	Há uma explicação sobre a linha evolutiva desses animais e como as sociedades contemporâneas podem estar conectadas às mudanças desse processo. Há trechos onde os conceitos científicos são explicados numa linguagem menos formal e acadêmica. É exposto brevemente o texto da revista científica ‘Nature’ sobre o assunto
5- Apocalipse zumbi. E se fosse real?	Este episódio se inicia com uma encenação de uma lenda urbana, indicando um percurso de primeiro resgatar as impressões populares sobre o assunto e depois apresentar as explicações científicas sobre o tema

6- A grande extinção	Neste momento, mais do que em outros, são exibidos trechos de matérias jornalísticas (em texto), com alguns nomes de cientistas responsáveis pela descoberta ou avanço das pesquisas sobre o tema
7- O caminho para a Superinteligência Artificial	A questão da tecnologia é apresentada nos seus usos contemporâneos, efetivos na vida social comum, e nas suas possibilidades, com o avanço tecnológico digital para patamares desconhecidos, ainda hipotéticos
8- Aquecimento global. Uma grande conspiração?	No episódio que encerra a temporada são apresentados dados e comprovações através de levantamentos e pesquisas acadêmicas que sustentam o discurso do tema como uma questão problemática a ser resolvida pelas sociedades globalmente (e, porque não, politicamente). Há um tom de encerramento diferenciado nesse episódio, com a fala do apresentador Castanhari mais direta e convidativa à ação do público, demonstrando e buscando engajamento

Tabela 1: Lista de episódios da primeira temporada da série ‘Mundo Mistério’ e comentários destacados para cada um deles

Analisando a temporada em seu conjunto cabe relacionar alguns padrões percebidos:

- Os episódios sempre são iniciados com a fala do apresentador Felipe Castanhari, que se coloca sentado atrás de uma mesa de escritório (o que se assemelha a uma bancada de jornal televisivo). É o único dos quatro personagens que faz contato visual com a câmera. O cenário é mantido como escritório onde o apresentador estaria trabalhando;
- Iniciado o episódio, a explicação se dá em forma de diálogo quando o apresentador é provocado por outro personagem para expor o assunto ou sanar dúvidas a respeito. Em sua maioria, os diálogos iniciais dos episódios se dão com o zelador Betinho;
- Após a introdução do tema, o personagem B.R.I.G.G.S. é chamado para apresentar dados, gráficos, tabelas ou imagens - conteúdo que necessita do suporte tecnológico para ser exposto e explicado, por vezes pelo próprio assistente virtual;
- A cientista, doutora Thayane, e seu laboratório (ao lado do escritório do apresentador Castanhari) entra em cena na segunda metade de quase todos os

-
- episódios. Sua participação traz a explicação científica do dado fenômeno ou tema, demonstrando em laboratório para que, sobretudo o zelador, possa aprender e desfazer as ideias errôneas que apresenta com argumentos da sabedoria popular diante dos três outros personagens (Castanhari, B.R.I.G.G.S. e doutora Thayane);
- São utilizadas imagens e vídeos de cenas históricas e contemporâneas para demonstrar o tema do episódio, além de animações gráficas originais produzidas em parte pelo criador, Castanhari. Há ainda encenações com atores, com figurino que remete à situação do tema;
 - Em todos os oito episódios é possível notar em segundo plano a reflexão sobre as problemáticas ambientais do tempo presente - como o determinado tema tem relação ao gerar ou ser gerado por uma crise climática, ou como um alerta para a tomada de consciência diante desse fato. Assistida em sequência, a temporada constrói gradativamente a importância dessa discussão para no último episódio (mais específico sobre o meio ambiente) notadamente se colocar na posição de debate e enfrentamento da questão.

Para a Netflix, a entrada desse tipo de produção no catálogo - focada no uso de dados científicos, com ênfase no modo de explicação que é particular da esfera acadêmica - pode estar se dando a partir de uma demanda mercadológica por entender, supostamente, que essa é uma das preferências em expansão em seu grupo de assinantes. Entretanto, é fundamental observar o caminho que marcou a produção como sendo uma ideia surgida no canal do YouTube e que recebeu espaço para se projetar numa produtora internacional com a rede Netflix.

A série ‘Mundo Mistério’, com todo aparato técnico para sua produção amparada pelos recursos disponíveis à empresa, acabou por promover uma forma de *migração* de conteúdo e, porque não, de público/audiência do YouTube para o *streaming*. Ao aprimorar a qualidade técnica das imagens e sons, a Netflix acaba por reconhecer a importância de formas outras de produção de conteúdo em espaços não tradicionais e hegemônicos, como a televisão tradicional, gerando e se beneficiando da ampliação desse repertório trazidos das redes digitais.

As análises do objeto abordado nesse momento demonstraram, ainda, que a figura de um *youtuber*, e não um ‘cientista’ não se configurou impedimento para a aceitação de uma série de caráter informativo-científico pela rede Netflix. Isso demonstra haver um interesse muito maior na figura do *youtuber* como um influenciador digital e com notável projeção nas redes digitais para catapultar a produção no apreço geral, de modo que possivelmente a mesma produção apresentada por um cientista brasileiro com vínculo institucional, mas desconhecido do grande público não despertaria a mesma adesão da produtora - como, de fato, não houve nesse caso.

Considerações finais

A demanda por conhecer o mundo gera e ao mesmo tempo é gerada pela vozes e mentes que ocupam esses lugares de compartilhamento de informação e conhecimento. No exemplo trazido, do YouTube, essa demanda provocou e provoca um aprofundamento do caráter ‘cientificamente embasado’ das criações audiovisuais do idealizador Felipe Castanhari, inclinado a atuar como divulgador científico sem estar necessariamente falando em nome da academia/ciência/universidade brasileira, mas possivelmente percebendo as demandas que surgem da parcela social que é ‘seguidora’ de seu trabalho.

O espaço do YouTube se apresentou, no momento de observação deste percurso, como um ambiente de maior liberdade para a produção e compartilhamento de conteúdo na internet, o que se mostrou proveitoso para o *streaming* Netflix que pode colher dessa janela de inserção uma oportunidade para incrementar uma produção já aceita pelo público.

Acompanhando o que aparenta ser uma tendência de inclinação do *streaming* para as lógicas tradicionais da televisão, ao menos no Brasil, vemos como questão em aberto a reflexão sobre a entrada/aceitação desse tipo de programa (científico, de informações técnicas e de caráter formativo ou educativo) em um caminho de alinhamento à TV aberta enquanto um lugar de legitimidade máxima diante da sociedade no que diz respeito à circulação de discursos relevantes para o debate público geral. Desse modo, podemos levantar o questionamento: estaria o *streaming* se

colocando como um novo espaço de legitimação de discursos, como o é a televisão tradicional até os dias de hoje?

REFERÊNCIAS

BRAGA, M. Et al. **Breve história da ciência moderna, volume 3: das luzes ao sonho do doutor Frankenstein.** – 1.ed. – Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

BURGESS, J.; GREEN, J. **YouTube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade.** São Paulo: Aleph, 2009.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede.** São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTILHO, F. Telenovelas e os fenômenos do ciberespaço. In: **Revista Comunicando**, v.1, n.1, Dezembro. 2012 Portugal.

COSTA, P. A presença de arquétipos nos youtubers: modos e estratégias de influência. In: **Revista Galáxia**, n. 45, set-dez. 2020 São Paulo - Brasil.

JENKINS, H. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2008.

ROSE, D. Análise de imagens em movimento. In: BAUER, M; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

SANTOS, D.; ZOZZOLI, J. **Aceitação e não aceitação dos conteúdos publicizados pela marca Netflix em sua página no Facebook, com delimitação descritiva dos sites da empresa.** In: Propesq - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda, IX, 2018, São Paulo-SP. Anais do IX Propesq - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda. p. 922-932

VALIATI, V. Consumo audiovisual em plataformas digitais: a configuração de práticas e fluxos na rotina de usuários da Netflix. In: **Revista Galáxia**, n. 45, set-dez. 2020 São Paulo - Brasil.