

Apontamentos para a discussão sobre o “Padrão Globo de Qualidade” no Globoplay

Notes for the discussion on the “Globo Standard of Quality” in Globoplay

Eutália Silva Ramos Altoé

Doutoranda em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Juiz de Fora, Brasil. E-mail: ramoseutalia@gmail.com

Gabriela Borges Martins Caravela

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Brasil. E Professora Adjunta na Universidade do Algarve (UALG), Portugal. Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUCSP). Faro, Portugal. E-mail: gabriela.borges0@gmail.com

Resumo:

A discussão sobre a qualidade televisiva é ampla e possui diversas variáveis, principalmente ao considerarmos o contexto em que está inserida. A partir disso, refletimos sobre as relações do conceito com o padrão adotado pelo Grupo Globo em suas produções para a televisão (TV Globo) e para o *streaming* (Globoplay). Para este artigo, realizamos uma pesquisa exploratória com o intuito de compreender o cenário e observar se o “Padrão Globo de Qualidade” está presente nas produções denominadas como Original Globoplay. Além disso, procuramos entender se é possível considerá-las como um desdobramento desse padrão no *streaming*. Neste sentido, questionamos se a empresa está desenvolvendo um novo padrão de qualidade da produção audiovisual.

Palavras-chave:

TV de qualidade; Padrão Globo de Qualidade; Globoplay; *Streaming*.

Abstract:

The discussion about television quality is wide-ranging and has various dimensions, especially when we considering the context in which it is inserted. Based on this, we reflect on the relationship between the concept and the standard adopted by Grupo Globo in its productions for television (TV Globo) and streaming (Globoplay). For this article, we carried out exploratory research in order to understand the scenario and see if the “Globo Quality Standard” is present in the productions known as Original Globoplay. In addition, we sought to understand whether it is possible to consider them as an extension of this standard in streaming. In this sense, we question whether the company is developing a new quality standard for audiovisual production.

Keywords:

Quality TV; Globo Standard of Quality; Globoplay; Streaming.

1 Introdução

Desde a popularização da plataforma de *streaming* Netflix no Brasil, o hábito de assistir filmes, séries e/ou documentários foi modificado. Os termos *on demand* ou até mesmo a sigla *VOD* (*video on demand*) se tornaram conhecidos. O serviço apresentou, para uma grande parte da população, a praticidade de poder assistir qualquer produção audiovisual disponível no catálogo pelo computador, em qualquer horário. Atualmente, 12 anos após o início da atuação no país, o serviço tornou-se comum. Em 2023 são diversas plataformas que realizam a mesma função, com conteúdos exclusivos e obras produzidas para TV e cinema.

Segundo Toledo (2023), o Brasil lidera na América Latina com a maior oferta de plataformas de *streaming*. Ao total são 137 plataformas dos mais diferentes segmentos, entretanto, não são todas as plataformas que oferecem produções locais – destaque para Netflix, Globoplay e Prime Video. Por ser uma plataforma brasileira, o Globoplay se destaca entre os serviços, por possibilitar o acesso aos títulos veiculados na TV aberta e aos conteúdos originais produzidos para a plataforma.

Contudo, refletimos sobre as infinitas possibilidades que geraram a cultura do *streaming*, oferecendo um consumo sem fim (ARDITI, 2021), em que ao finalizarmos um conteúdo, em poucos segundos é sugerido um outro título com base no anterior, levando-nos a indagar sobre o que estamos consumindo. Estamos assistindo televisão ou cinema? Esses títulos nos fazem refletir ou consumimos pelo *hype*? Acreditamos que são perguntas pertinentes ao hábito que adotamos de assistir audiovisual através do serviço de *streaming*.

Levando em consideração o exposto até aqui, passamos a observar o Globoplay: plataforma brasileira com um vasto catálogo de produções nacionais. Pensamos então no Grupo Globo, empresa criadora da plataforma; a sua hegemonia sempre foi alvo de atenção, publicamente e politicamente, por ser o maior conglomerado midiático da América Latina. A empresa foi criada em julho de 1925, inicialmente como Organizações Globo, tendo um crescimento exponencial para a época. Sua trajetória passa pela criação do jornal impresso O Globo (1925), Globo Juvenil (1937) e Rádio Globo (1944); compra da Editora Globo (1986); o direito de abrir uma estação de televisão com a Rádio Globo, chamada Canal 4 (1957) que,

posteriormente, torna-se TV Globo (1965); entre tantos outros espaços midiáticos criados estrategicamente para compor o mercado de mídia brasileiro.

Não surpreende que a empresa também tenha tido o seu crescimento na internet e/ou digital, no qual voltamos a destacar o Globoplay, objeto central deste artigo. A plataforma digital de *streaming* foi criada em 2015 com o intuito de ser um serviço para acessar a programação da TV Globo. No entanto, em 2018 a plataforma iniciou a produção de obras ficcionais seriadas criadas especificamente e exclusivamente para o Globoplay, adotando posteriormente o selo Original Globoplay.

Esse breve histórico nos ajuda a compreender como o Grupo realiza expansões desde o início da sua história, buscando estrategicamente seu lugar no ambiente midiático. No entanto, o objetivo desse artigo não é entender a história, mas verificar como o denominado selo “Padrão Globo de Qualidade”, estabelecido entre os anos 60 e 70 (período em que também se estabelecia o debate sobre qualidade televisiva pública na Grã-Bretanha), possibilitou desenvolver uma distinção com outras emissoras e, atualmente, é provável que desenvolva uma demasiada influência em novas produções.

Para isso, investigamos a relação entre a qualidade televisiva, o padrão estabelecido na TV Globo e a plataforma Globoplay por meio de uma pesquisa exploratória, acessando artigos e notícias sobre os principais temas. Muanis (2018) acredita que os conteúdos deslizam de um meio para o outro, com estruturas similares e poucas modificações. Ou seja, de alguma forma, continuamos consumindo televisão, mesmo em diferentes telas. Com isso, questionamos quais seriam as características e diferenças das produções televisivas e do *streaming*, além do selo de originalidade para a plataforma? Estaria o Grupo Globo desenvolvendo um novo selo dentro do Globoplay? Uma espécie de desdobramento do selo “Padrão Globo de Qualidade”? O nosso objetivo é lançar luz ao debate da qualidade dentro do cenário de produções para o *streaming*, sem desenvolver conclusões precipitadas.

2 A relação entre qualidade e o “padrão” da TV Globo

Antes de aprofundarmos mais este tema, consideramos importante ressaltar que o debate sobre qualidade audiovisual é amplo e não se limita apenas a este cenário,

sobretudo ao falar no contexto de produções brasileiras. É preciso levar em consideração que a nossa observação, neste caso, parte de uma tentativa de inserir as plataformas *streaming* – que desenvolvem produções originais – na discussão.

O primeiro debate sobre a televisão de qualidade se consolida por volta de 1980, no contexto britânico. Na Grã-Bretanha desde a implementação e regulamentação dos serviços de teledifusão havia uma preocupação sobre a veiculação de programas de qualidade e os rumos da televisão. A rede pública de televisão *British Broadcasting Corporation* (BBC), por exemplo, foi implementada em 1937 e naquele período já ocorria a atenção sobre como informação, educação e entretenimento chegariam às pessoas, principalmente por “ser um serviço público financiado pelas taxas anuais pagas pelas famílias que possuem televisores” (BORGES, 2004, p. 1).

A regulamentação da rádio e teledifusão na Grã-Bretanha foi realizada entre 1926 e 1987 por Comissões Reais, que pesquisavam a opinião dos cidadãos e grupos sociais, bem como de outros sistemas implementados em outros países (BORGES, 2004). Essa contribuição da Grã-Bretanha, para o início da discussão sobre qualidade no mundo, nos apresenta que não estava apenas relacionada à questão política, os cidadãos britânicos também foram importantes para o período de definição do papel da televisão pública (e comercial). Diferente do Brasil, em que os canais de televisão aberta “sempre foram regidos pelas leis do mercado, mesmo sendo uma concessão pública” (FECHINE, 2008, p. 20). Isso se reestruturou em partes no país, ou seja, a televisão continua comercial, mas adquiriu uma comunicação distinta a partir das novas mídias e de um novo espectador que interage. Mas isso ainda pode ser assunto para uma outra pesquisa.

Todo esse debate culmina no seguinte questionamento: Afinal, o que significa TV de qualidade? Inicialmente é uma discussão que não possui uma definição clara e os autores, ao debater sobre a qualidade, observaram contextos distintos.

Iniciando com o relato de Freire Filho (2004, p. 107) sobre o contexto no Brasil entre os anos 50 e 60, em que a mídia cultural estava relacionada à discussão estética ou artística da televisão; a crítica argumentava que “TV de qualidade é aquela que desempenha, com humildade, a função de mediar a “alta cultura” para as massas”.

Para Mulgan (1990 *apud* Machado, 2001, p. 24-25), há mais discussão além da estética. O autor enumera sete diferentes usos da palavra qualidade em relação às

discussões sobre a televisão: 1) conceito técnico ligado a estética, com o uso adequado dos recursos expressivos do meio, fotografia, linguagem, interpretação de atores; 2) capacidade de detectar demandas da audiência e da sociedade e transformar em produtos; 3) competência de explorar os recursos da linguagem de forma inovadora; 4) aspectos pedagógicos e valores morais; 5) o poder de gerar mobilização, participação, entre outros; 6) programas e fluxos televisuais que valorizem as diferenças, as individualidades; e, 7) experiências diversificadas.

Entrando no contexto da televisão pública, Pujadas (2013) afirma que a qualidade televisiva pode ser estudada a partir de quatro perspectivas: no conjunto do sistema de televisão, na programação, nos canais e nos programas. Para a autora o contexto histórico e social, a política, a cultura televisiva dos espectadores e os objetivos atribuídos à televisão de cada local são fatores que caracterizam os parâmetros de definição da qualidade televisiva. Complementando o pensamento, Borges (2014) afirma que o estudo da qualidade deve considerar a televisão como um todo, levando em consideração as partes que a compõem. Sendo assim, seria: o sistema televisivo, a legislação aplicável ao serviço de televisão, o contrato de concessão, a missão do canal, a programação, os programas, os profissionais, o consumo e a literacia midiática.

Em resumo, levando em consideração a visão desses autores, percebemos que o debate passa por caminhos similares, mas é preciso verificar o ponto de vista adotado, quais os objetivos definidos, quais atividades envolvidas, sempre tendo como base o contexto de atuação do canal, televisão e/ou programa (BORGES, 2014).

O termo *quality television* (ou televisão de qualidade) passou a ser usado como “bandeira para uma abordagem diferenciada da televisão, logo adotada por um punhado de estudiosos e críticos” (MACHADO, 2001, p. 22). A qualidade se configura, a partir desse período, como uma característica que pode transformar a televisão em um lugar de prestígio. Antes desse termo, Machado (2001) comenta sobre a idade de ouro da televisão (*the golden age of television*) entre 1947 e 1960, e como o meio ainda era encarado como “lugar de prestígio” na sociedade. Contudo, assim como abordado por certos autores (MACHADO, 2001; CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2021), o objetivo da TV de qualidade não deveria estar associado apenas à ideia de um programa específico, por exemplo, mas permitir um novo olhar

geral para a produção e o consumo dos conteúdos televisivos. Muanis (*Online*, 2020) possui uma visão similar. Para o autor, a TV de qualidade vai além de pontos específicos, não resumindo-se apenas como uma boa estética. A questão deve também estar ligada à região de transmissão, pois “em cada lugar a televisão é uma coisa”; com as experiências de cada espectador; e, com as mudanças da própria televisão enquanto tecnologia.

De um modo geral, todo esse debate expõe uma espécie de valor distinto que existe – ou deveria existir – dentro da televisão, dos seus programas e das produções. Mas, assim como apontado por Machado (2001), no cinema esse termo não aparece, não se fala sobre “cinema de qualidade”. Então, por qual motivo a televisão deveria carregar tal termo? Buonanno (2014) afirma que, ao olharmos para esse universo, podemos encontrar diversas discussões com diferentes contingências, principalmente desde os anos 2000 – período que considera como um marco de intensos debates.

O que apresentamos aqui é apenas uma fração da discussão. Ainda há os novos olhares, que consideram as ficções seriadas, inicialmente desenvolvidas pelas produções estadunidenses, e que são consideradas como obras de qualidade. Como já discutimos anteriormente em relação à ficção (BORGES; SIGILIANO, 2019), o campo é amplo e a definição de TV de qualidade depende sempre da perspectiva utilizada e do enquadramento teórico-metodológico adotado.

No que se refere ao contexto brasileiro, e considerando que o termo insere a discussão sobre valor e distinção, a Globo adotou, ao longo dos anos 70, o discurso da qualidade na sua programação. Freire Filho (2004, p. 102) aponta que a TV Globo inseriu “uma concepção mista de qualidade televisiva, capaz supostamente de harmonizar distintos critérios de excelência: junto ao peso do discurso empresarial [...], firmava-se, também, certa dimensão artística e cultural”.

Fechine (2008, p. 21) expõe que tal ação foi tomada “por razões políticas e mercadológicas” para evitar o rótulo dado às outras emissoras com programas popularescos. Nesse período a emissora reformulou sua programação, retirando programas sensacionalistas e originando o chamado “Padrão Globo de Qualidade” – adotado até hoje como uma espécie de *slogan*.

Todo seu esforço dirigiu-se, a partir de então, para construir e difundir um “padrão Globo de qualidade” associado, inicialmente, à excelência técnica

INTERIN, v. 29, n. 1, jan./jun. 2024. ISSN: 1980-5276.

na difusão da sua programação (recepção fácil de sinal, abrangência da cobertura, boa definição de imagem, etc.), ao seu êxito empresarial (melhor infra-estrutura, equipamentos de última geração, maiores salários e índices de audiência) e ao seu profissionalismo técnico-estético (programação visual arrojada, cenários e figurinos hollywoodianos, uso de efeitos especiais, investimento numa teledramaturgia nacional apoiada em um elenco com grandes nomes, etc.) (FECHINE, 2008, p. 21).

Essa estratégia foi um dos motores, entre outros, que garantiu a consolidação e hegemonia televisiva da emissora e/ou do Grupo no Brasil. O “Padrão Globo de Qualidade” sempre esteve atrelado a um conjunto de regras que representa profissionalismo, técnica e estética. Porém, tais regras já foram redefinidas diversas vezes, sobretudo, em momentos de crise para reconstruir imagem e audiência.

Conhecida como uma das principais criações do Grupo Globo, a telenovela foi uma adaptação de um modelo existente, oriundo da radionovela. A primeira adaptação se tornou um marco popular: *O Direito de Nascer* (Lima Duarte, José Parisi e Henrique Martins, 1964), baseada em uma obra cubana. Após, o formato passou a ser mais realista, trabalhando com questões mais próximas à sociedade brasileira. Essa, sem dúvidas, foi uma estratégia expansionista para a televisão naquele momento. Posteriormente, a emissora instituiu horário das novelas fixados na sua programação diária (18h, 19h e 20h), e que ainda funciona da mesma forma: novela, jornal regional (filiais espalhadas por todo Brasil), novela, Jornal Nacional e novela. Isso acarretou um hábito de assistir TV em horários específicos, denotando assim, um papel na rotina doméstica do brasileiro (FECHINE, 2008).

Para Lopes (2013, p. 13) as telenovelas são as responsáveis pelo desenvolvimento da ficção brasileira, que contribuíram para o padrão da TV Globo. Segundo a autora, não tem como falar da telenovela brasileira e não falar sobre a TV Globo. A emissora já exportou muitas novelas; *Avenida Brasil* (José Luiz Villamarim e Amora Mautner, 2012), escrita por João Emanuel Carneiro, por exemplo, é a campeã de exportações e já chegou a 148 países¹. Além disso, há narrativas criadas pela TV Globo que foram adaptadas para outros países como, *El Clon* (Jayme Monjardim, 2010), uma versão hispânica de *O Clone* (Jayme Monjardim, Mário Márcio Bandarra e Marcos Schechtmann, 2001-2002) produzida pela Telemundo. De fato, é um dos

¹ Informação disponível em: <<https://bit.ly/46mfuoa>>. Acesso em: 15/04/2022.
INTERIN, v. 29, n. 1, jan./jun. 2024. ISSN: 1980-5276.

principais produtos culturais da história da televisão brasileira que leva consigo “uma narrativa da nação e um recurso comunicativo, agente formador de um repertório compartilhado”, promovendo identidade nacional e no imaginário internacional (LOPES, 2014, p. 10).

Além disso, segundo Souza (2004, p. 12), “as telenovelas brasileiras da TV Globo manifestam marcas de autoria, estratégias estilísticas particulares, não obstante ser um produto coletivo, comercial, fabril, marcado pela repetição, esquematização e padronização”. Incluindo também um “reconhecimento autoral do escritor” por parte do telespectador desde os anos 90, que assiste diariamente telenovelas e reconhece estilos e identifica diferenças (SOUZA, 2004). Em uma pesquisa mais recente (SOUZA *et al.*, 2021) a autora, juntamente com outros pesquisadores, dialoga sobre o papel da autoria na telenovela, as inovações estilísticas e narrativas realizadas desde então, com a digitalização dos conteúdos e com a presença do novo espectador. Essas marcas de autoria também estão associadas aos parâmetros de qualidade presentes no formato.

Considerando as características da emissora e da produção televisiva, percebe-se que a TV Globo e a telenovela estão inseridas em um contexto específico: um canal aberto comercial brasileiro, com produtos comerciais (de consumo nacional expressivo) que preza por um padrão de qualidade (técnica, estética e profissional); que contribui para a permanência do laço social resgatando histórias e/ou estórias da sociedade brasileira; e, que, na maioria das vezes, insere nas narrativas debates de cunho social, como diversidade e cultura.

No entanto, assim como a televisão enquanto fenômeno cultural e dispositivo comunicacional passou por diversas mudanças (MUANIS, 2018), devemos ter em mente que tais modificações também foram inseridas na lógica de funcionamento do Grupo. Por fim, nossa intenção é entender essa conjuntura para pensar para além da relação entre a qualidade e as produções da TV Globo como, por exemplo, as telenovelas. Precisamos visualizar como a televisão e o debate da TV de qualidade se modificaram durante esse período e como essa lógica está inserida em novos contextos. Em outras palavras, como as produções do Globoplay carregam consigo o selo de “Padrão Globo Qualidade” e desenvolvem novos critérios para uma qualidade no *streaming*.

Para entender esse cenário devemos levar em consideração que:

[...] a televisão não pode ser lida nos dias de hoje de modo estanque, como a mesma mídia, com as mesmas práticas, desde seu surgimento em meados do século XX, sob pena de não se perceber sua mutabilidade (MUANIS, 2018, n.p.).

Isso está relacionado à percepção das fases históricas da televisão (*broadcast*, *narrowcast*, *streaming*) e em como cada etapa possui definições específicas de produção, distribuição e exibição (MUANIS, 2018). Com isso, seguimos para o próximo tópico para compreendermos como essa “nova fase” do Grupo, com o *streaming*, possibilita outras práticas, entendimentos e reflexões sobre a televisão, a qualidade e as produções de modo geral.

3 Globoplay e os conteúdos deslizantes

Considerado como o principal serviço de *streaming* brasileiro, o Globoplay integra o atual ambiente das plataformas e produz conteúdos específicos, como ficções seriadas e documentários. Inicialmente criado para expandir a grade televisiva da TV Globo, o serviço era utilizado pela emissora para disponibilizar os programas e/ou produções veiculados na televisão aberta. Essa estratégia se tornou comum entre grandes emissoras no período de crescimento de conteúdos *on demand*, tendo em vista a digitalização dos conteúdos audiovisuais. A ideia de ter um estoque da programação e/ou dos conteúdos possibilita o consumo de todos os tipos de espectadores (MUANIS, 2018). Para Massarolo e Mesquita (2020), o ambiente da TV conectada é tido como uma oportunidade multiplataforma para atingir e fidelizar novos públicos, pois esse processo é caracterizado pela segmentação e convergência da televisão e internet.

Esse fenômeno foi potencializado pelo surgimento da banda larga, do uso constante de *tablets* e *smartphones*, além do crescimento da *Smart TV* (JOHNSON, 2019). Isto é, os avanços tecnológicos possibilitaram novas formas de consumo audiovisual, sobretudo um consumo pautado em diferentes telas. A partir desse cruzamento de mídias têm-se uma convergência que se aprimora ao passo da tecnologia e das mudanças culturais, principalmente no envolvimento participativo do público. Para Souza e Covaleski (2020), esse estímulo desenvolvido pelo Grupo Globo

para a migração do público para a plataforma, põe em prática uma estratégia de mercado e de uma nova cultura televisiva. Muanis (2018), que também contribui com esse pensamento, argumenta que as novas possibilidades de ver conteúdo continua sendo televisão e não uma outra mídia. Essas novas formas foram encontradas através da tecnologia para ampliar o consumo em diferentes telas.

[...] mesmos as possibilidades trazidas por uma televisão digital, em seu sentido mais amplo, não eliminam os seus diferentes usos pelo público, em sua variedade de espectralidade, seja esta conteudística, distraída ou em fluxo. Entretanto, o conteúdo parece assumir, a cada dia, novas formas, e deslizar de um meio para o outro, em que estruturas de gênero, formato e texto são mantidas, ainda que com algumas modificações. Mas estes deslizam entre plataformas, temporalidades e modos de espectralidade (MUANIS, 2018, n.p.).

Para usar a plataforma além da expansão da grade televisiva e buscando aproximação com outros serviços de televisão e de *streaming* como HBO (*It's not TV. It's HBO*) e Netflix, o Globoplay iniciou em 2018 as primeiras produções com o selo Original Globoplay, planejadas especificamente para o *streaming*. Essa tendência surge principalmente a partir da primeira produção Original Netflix, *House of Cards* (2013).

As primeiras produções Originais Globoplay são datadas em 2018, sendo ficções seriadas do gênero comédia (*Além da Ilha*, César Rodrigues e Regis Faria), drama (*Assédio*, Amora Mautner, Joana Jabace e Guto Botelho) e ação (*Ilha de Ferro*, Afonso Poyart, Roberta Richard e Guga Sander). Cada qual com sua identidade que compõe o catálogo da plataforma. Em 2022 somava-se 14 produções seriadas disponíveis, atualmente, outubro de 2023, soma-se 24 produções seriadas (ficcionais ou não) no catálogo para assinantes.

O serviço, além de possuir planos que oferecem experiências distintas, também possibilita ao usuário não-assinante acesso *free* em produções e/ou trechos de séries, documentários e programas de TV. Observa-se que, diferentemente de outras concorrentes do *streaming*, o Globoplay dá espaço para todos os públicos, mesmo não disponibilizando um conteúdo audiovisual completo. Uma outra característica da plataforma é veicular algumas dessas obras originais no fluxo televisivo aberto, ou seja, na TV Globo em sessões especiais como Sessão Globoplay e Pré-Estrela Globoplay.

Todo o processo mencionado reforça uma simbiose entre as marcas Globo e Globoplay (SOUZA; COVALESKI, 2020). Dessa forma, podemos considerar como um marco dessa relação, a criação da série *As Five* (Dainara Toffoli, Rafael Miranda, Natalia Warth, José Eduardo Belmonte, Joana Antonaccio, 2020-atual), um *spin-off* da 25ª temporada de *Malhação: Viva a Diferença* (2017-2018), dirigida por Paulo Silvestrini. A novela, criada por Cao Hamburger, adquiriu destaque e elevou os índices de audiência, ganhando o prêmio de melhor série no *Emmy Internacional Kids*, em 2018. O *spin-off*, que possui o selo Original Globoplay, apresenta certa continuidade da novela. A narrativa se passa depois de seis anos de *Malhação: Viva a Diferença*, com as mesmas atrizes principais, mas abordando outras temáticas.

Dessa maneira, podemos visualizar a partir desse cenário novos formatos audiovisuais? Ou, por manter características dos formatos televisivos, devemos considerar como televisão? Muanis (2018) defende que a televisão se expande para outros modelos e experiências, mas é difícil considerar que plataformas como a Netflix, por exemplo, que possui estoque de conteúdos televisivos, não seja considerada como expansão da televisão por conta da distinção da espetatorialidade. Em resumo, não é apenas pelo fato de estar sendo transmitida pela internet, no *streaming*, que devemos considerar como outro conteúdo.

O que desejamos refletir é quais características nos levam a considerar um conteúdo como televisivo e/ou do *streaming*. Há diferenças entre essas produções além do selo de originalidade para a plataforma? Como devemos visualizar a lógica de funcionamento do Globoplay, se até mesmo o Grupo Globo se diz uma plataforma para além do *streaming*²? Se uma das principais características da televisão é o ao vivo, qual seria o diferencial do *streaming*?

O caso Globoplay parece ser totalmente à parte dos seus concorrentes, e provavelmente, esta seja a sua principal particularidade. A plataforma funciona como expansão televisiva da TV Globo, *streaming* com produções originais, canais ao vivo (Multishow, Globo News, Sportv, GNT, Viva, entre outros) e acervo (estoque) de conteúdos antigos da TV Globo e Globo Filmes. Vamos considerar essas particularidades como etapas que estruturam a plataforma, sendo cada uma realizada

² Campanha publicitária sobre o Globoplay ser mais que uma plataforma de *streaming*. Disponível em: <<https://bit.ly/3tscN5z>>. Acesso em: 22/04/2022.

em fases diferentes. Uma delas ganhou destaque em 2020, com a disponibilização de telenovelas consideradas clássicas para a televisão. O projeto – que ainda está em curso – teve como objetivo resgatar novelas clássicas, considerando até obras nunca reprisadas na televisão brasileira. Já nos primeiros meses de disponibilização foram mais de quatro milhões de horas consumidas em uma só produção (*Mulheres de Areia*, Wolf Maia, 1993), segundo pesquisa realizada pela colunista Patrícia Kogut.

Jenkins, Green e Ford (2014) explicam que esse fenômeno ocorre porque as novelas possuem um grande poder de permanência, por ter muitos capítulos e materiais para discussões entre fãs. Isso contribui diretamente para o Globoplay, visto que o Grupo é a principal empresa produtora do formato no Brasil. Para tanto, a sua principal concorrente Netflix, que chegou oferecendo um serviço oposto ao da TV aberta, possui planos para produzir novelas desde 2021 (PADIGLIONE, 2021), e a previsão é que o formato com selo original estreie no primeiro semestre de 2024 (MARTHE, 2023). Essa iniciativa partiu do grande acervo disponibilizado no Globoplay de telenovelas (mais de 130 títulos) e do projeto de retorno das novelas clássicas em 2020 (mais de 50 títulos).

Em lugar de tentar deslocar o interesse do público para o próximo novo lançamento em um sistema de obsolescência planejada, esse modelo busca prolongar o engajamento do público com textos de mídia no intuito de expandir os pontos de contato com a marca. Nesse processo, ele também fornece a base econômica que dá suporte à criação de novos tipos de textos, permitindo que o público explore de forma mais completa as ficções favoritas e vá mais fundo nas histórias que interessam a ele (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 172).

No entanto, mesmo com essa possibilidade de transformar a plataforma em um acervo, o Globoplay não é o único. A própria Netflix é dependente de produções da TV linear, como expuseram Castellano e Meimaridis (2021) no artigo *A “televisão do futuro”? Netflix, qualidade e neofilia no debate sobre TV*. Segundo as autoras, cinco das séries mais vistas na Netflix são da TV aberta estadunidense. Com isso, podemos apontar duas questões: ainda somos cativados por um formato que temos familiaridade e/ou afeto, mesmo com uma diversidade de conteúdos, ao mesmo tempo se compreende que, mesmo que no catálogo da Netflix possua produções nacionais em diferentes países, a empresa ainda detém um maior número de produções estadunidenses em sua plataforma.

INTERIN, v. 29, n. 1, jan./jun. 2024. ISSN: 1980-5276.

Na maioria dos casos as ficções seriadas produzidas para o *streaming* possuem características das primeiras produções realizadas pela TV por assinatura e/ou contemporânea, com narrativas complexas que exigem do espectador uma espécie de expertise para compreender e encontrar pistas dentro da produção, para com isso, desencadear novos consumos. Esses espectadores podem ser considerados interagentes e/ou fãs que estão em uma rede maior de envolvimento com as obras (*fandoms*). No entanto, a narrativa complexa, por exemplo, pode ser considerada como um critério de valor para analisar a qualidade, mas não significa que toda produção de *streaming* que possui narrativa complexa é sinônimo de qualidade (MITTELL, 2013). Assim como exposto no tópico anterior, os parâmetros de qualidade são diversos e dependem de outras questões.

Para ilustrar essa questão, o nosso olhar volta-se para uma telenovela transmitida na TV Globo, em 2015, intitulada *Verdades Secretas*. Com 64 capítulos, a primeira temporada foi escrita por Walcyr Carrasco, um autor e roteirista de diversos sucessos na emissora, e dirigida por Mauro Mendonça Filho. A obra garantiu o *Emmy Internacional* de Melhor Telenovela em 2016, o prêmio considerado o principal para a televisão mundial. Além disso, segundo Conceição (2016, p. 244), durante toda a exibição foi recorrente a presença da *hashtag* #VerdadesSecretas na lista dos assuntos mais comentados do Twitter. Isso demonstrou “o transbordamento da expressividade que a narrativa alcançou na TV para Internet”. Esse panorama nos remete para um dos critérios valorativos que Mittell (2013) designa como complexidade narrativa: o alto engajamento potencializado nas redes sociais sobre uma produção televisiva que pode gerar altos índices de audiência. Em muitos dos comentários realizados no Twitter tem-se a percepção que a telenovela é distinta das outras veiculadas na TV Globo e isso causou destaque, o que nos leva também a considerar como a questão técnica e estética esteve presente no contexto – o que estamos considerando aqui como possíveis critérios de qualidade televisiva.

Já na segunda temporada, em 2021, foi divulgado que *Verdades Secretas II* (Bruno Safadi, Gabriela Amaral Almeida, Felipe Barbosa, Augusto Lana e Isabella Gabaglia) seria a primeira novela criada para o *streaming*, contudo, iria possuir duas versões: uma para o Globoplay e outra para a TV Globo. A versão para TV seria distinta por conta da narrativa/linguagem e do público. A obra foi disponibilizada por

partes no catálogo do *streaming*, entre 20 de outubro a 17 de dezembro de 2021, com 50 capítulos. A autoria permaneceu a mesma, com colaborações de outros profissionais. Na televisão aberta, a novela foi lançada em 4 de outubro de 2022 e divulgada como uma versão exclusiva da obra.

No entanto, o que possuía probabilidade de uma boa continuação, tendo por base a primeira temporada, não foi validada por parte do público/telespectador interagente/fã. Em uma pesquisa anterior (RAMOS; SIGILIANO, 2022), apresentamos a afirmação de Orozco (2021; 2022) sobre as plataformas possibilitarem formas de engajamento entre produção e público, e como esse público observou no Twitter o lançamento de *Verdades Secretas II*.

Com isso, observamos que a conversação na rede social não foi a mesma; o público, que possui uma consciência crítica construída através de outras obras ficcionais, além da primeira parte da própria obra, observou diferenças entre ambas e, de certo modo, classificou-a como boa e ruim, respectivamente. Foi destacado o apelo sexual nas imagens e no excesso de cortes que intencionalmente geram uma linguagem mais rápida. Viana (2021) apresenta o comentário de Patrícia Kogut em que afirma que, o didatismo na narrativa desvalorizou o público e, conseqüentemente, a temporada. Ou seja, uma narrativa considerada complexa em sua primeira temporada perdeu a sua principal característica valorativa ao dar continuidade no *streaming* – o que em nosso entendimento deveria ser inverso, visto que obras ficcionais seriadas do gênero dramático, oriundas de plataformas de *streaming*, buscam explorar as características de uma linguagem audiovisual mais elaborada.

Se colocarmos lado a lado, *Verdades Secretas* e *Verdades Secretas II*, em uma breve análise comparativa, percebemos mudanças no formato e narrativa. A primeira temporada, por ser veiculada na televisão aberta, denota uma linguagem mais lenta, mas com diálogos menos didáticos; na segunda parte, veiculada no *streaming*, visualizamos a edição com cortes bruscos que adicionam a impressão de agilidade, no entanto, os diálogos indicam didaticamente o que acontece em diferentes núcleos. Não há, de fato, uma continuidade exata no formato de um para outro, observamos a repetição da estética (com um ar mais obscuro e misterioso), das personagens e da história.

Porém, essas pequenas observações apontadas neste artigo podem ser consideradas como um caso isolado, tendo em vista que no Globoplay encontramos uma diversidade de produções com características específicas e que, de certo modo, podem ser consideradas distintas das obras da TV Globo que se enquadram no denominado “Padrão Globo de Qualidade”. Mas, pensamos que se o padrão estético e profissional continua o mesmo, será que há realmente uma distinção deste padrão em relação à TV? De fato, há uma diferença entre as duas partes de *Verdades Secretas*, mas acreditamos que não ao ponto de considerar que *Verdades Secretas II* é uma obra apenas com características ou um padrão próprio do Globoplay. Ainda há uma distância a ser percorrida para distinguir produções TV Globo e Globoplay, visto que as produções Original Globoplay também são veiculadas na programação da televisão aberta (com adaptações ou cortes). Com isso, esse estudo nos leva a inquirir que talvez haja uma tentativa de criação de um novo “padrão” para desenvolver obras audiovisuais originais para o *streaming*, que podemos chamar de “Padrão Globoplay de Qualidade”.

5 Considerações Finais

O conceito da qualidade possui tantas variáveis (lugar, contexto e mídia) que, se visualizarmos o debate no contexto atual, pode ser ainda mais amplo, principalmente pelas pesquisas já realizadas. Contudo, parece necessário voltarmos o nosso olhar para as produções audiovisuais, neste caso, do *streaming*, para compreendermos essa realidade e como a qualidade, a partir desse contexto, pode passar a ser observada para atualizarmos a reflexão.

Sabemos que algo similar ocorreu no período das mudanças estéticas e narratológicas nas produções ficcionais seriadas da TV por assinatura. Boa parte das produções eram consideradas como “TV de qualidade”, principalmente por envolver o público de uma maneira distinta da TV aberta. Nesse período, a HBO criou o *slogan* *It's not TV. It's HBO*; uma espécie de frase para desenvolver a distinção da programação e produções de emissoras da televisão aberta. Em parte, podemos considerar que o debate da qualidade reacendeu por conta dessas produções estadunidenses, no entanto, posteriormente, outras produções estrangeiras passaram a

adotar tais características estilísticas. Por isso, de acordo com Castellano e Meimaridis (2021), nessa época houve um elitismo em algumas produções da TV por assinatura buscando distinção e qualidade, que também passou para as produções do *streaming*. Ou seja, de certo modo, o que não era veiculado na televisão aberta era sinônimo de qualidade.

Entretanto, como vimos neste estudo, em específico para o Globoplay, a lógica nos parece funcionar de outra maneira, visto que a empresa criadora da plataforma é a principal emissora televisiva do Brasil. Como possui um dos maiores acervos de produções brasileiras, o Grupo Globo tem como seu principal produto os arquivos da televisão. Na realidade, o Globoplay foi adaptado a partir do funcionamento da grade de programação da TV Globo. Sendo assim, a plataforma une conteúdos da televisão, das emissões ao vivo e do cinema para compor seu catálogo no *streaming*, além das produções criadas apenas para o serviço (Original Globoplay). Claramente um deslizamento de conteúdo entre mídias, não configurando especificidades para cada ambiente, mas funcionando como um ecossistema de conteúdos do Grupo em um só lugar.

Dessa forma, pensamos que o “Padrão Globo de Qualidade” presente nas produções da TV Globo, que deslizam para o *streaming*, desenvolve uma revalidação da marca do Grupo, principalmente por resgatar produções que ativam a memória do público brasileiro. Por outro lado, em relação às produções Original Globoplay, visualizamos a criação de conteúdos com uma tentativa de desenvolvimento de um novo “padrão” que busca se adequar ao *streaming* e ao consumidor do serviço, trabalhando estratégias para conquistar o público, incluindo produzir novos gêneros em ficções seriadas e conteúdos diversificados, dando destaque a marca do Globoplay – e não para a TV Globo como ocorre com as telenovelas. Esse novo “padrão” pode influenciar o telespectador interagente na escolha do serviço em troca da televisão aberta. No entanto, para ter uma confirmação desta hipótese procuraremos desenvolver esse estudo em outras discussões, com o intuito de entender o universo e contribuir para o debate da qualidade neste novo contexto.

REFERÊNCIAS

- ARDITI, D. **Subscription Platforms and the Unending Consumption of Culture**. Texas: Emerald Publishing, 2021.
- BORGES, G. A discussão do conceito de qualidade no contexto televisual britânico. **Líbero**, n. 13/14, ANO VII. 2004. Disponível em: <<https://bit.ly/3GkZgQz>>. Acesso em: 28/11/2023.
- BORGES, G. **Qualidade na TV pública portuguesa**. Análise dos programas do canal 2. 1. ed. Juiz de Fora: Editora da UFJF, 2014. v. 500. 262p.
- BORGES, G.; SIGILIANO, D.. A ficção seriada brasileira no século XXI: Interrelações entre a qualidade e a literacia midiática. *In*: ROCHA, S. M.; FERRARAZ, R. (Org.). **Análise da ficção televisiva: Metodologias e Práticas**. 1ed. Florianópolis: Insular, 2019, v. 1, p. 103-120.
- BUONANNO, M. **Quality Television Between National Traditions and Transnational Standards**. The case of italian TV drama. Sapienza Università di Roma. 2014. Disponível em: <<https://bit.ly/3Q5NRtL>>. Acesso em: 10/04/2022.
- CASTELLANO, M.; MEIMARIDIS, M. A “televisão do futuro”? Netflix, qualidade e neofilia no debate sobre TV. **MATRIZES**, São Paulo, v. 15, n. 1, p. 195-222, jan./abr. 2021. Disponível em: <<https://bit.ly/3GkZgQz>>. Acesso em: 28/11/2023.
- CONCEIÇÃO, J. C. Verdade Secretas e memória em série: Telenovela e consumo no Twitter. **Anais II Interprogramas – XV Secomunica**. Comunicadores e mutações: cenários e oportunidades. Universidade Católica de Brasília – Brasília, DF – 2016. Disponível em: <<https://bit.ly/3R3XmbY>>. Acesso em: 28/11/2023.
- FECHINE, Y. Núcleo Guel Arraes: formação, influências e contribuições para uma TV de qualidade no Brasil. *In*: FECHINE, Y.; FIGUEIRÔA, A. **Guel Arraes: um inventor no audiovisual brasileiro**. Recife: CEPE, 2008. p. 17-87.
- FREIRE FILHO, J. Notas sobre o conceito de qualidade na crítica televisual brasileira. **Galáxia**, n. 7, 2004, p. 85-110. Disponível em: <<https://bit.ly/45nDXrL>>. Acesso em: 05/10/2023.
- JENKINS, H.; GREEN J.; FORD S. **Cultura da conexão: criando valor e significando por meio da mídia propagável**. Tradução: Patricia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2014.
- JOHNSON, C. **Online TV**. London and New York: Routledge, 2019.
- KOGUT, P. “Mulheres de Areia” é a novela de maior sucesso do Globoplay. **O Globo**. On-line. Disponível em: <<https://bityli.com/JptDg>>. Acesso em: 20/06/2021.
- LOPES, M. I. V. Memória e Identidade na Telenovela Brasileira. **Anais Compós**. Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. XXIII INTERIN, v. 29, n. 1, jan./jun. 2024. ISSN: 1980-5276.

Encontro Anual da Compós. Universidade Federal do Pará, Belém - PA, 2014. Disponível em: <<https://bit.ly/3sXutGy>>. Acesso em: 28/11/2023.

LOPES, M. I. V.; MUNGIOLI, M. C. P. Qualidade da Ficção Televisiva no Brasil: elementos teóricos para a construção de um modelo de análise. **Anais Compós** – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. XXII Encontro Anual da Compós. Universidade Federal da Bahia, 2013. Disponível em: <<https://bit.ly/47XKWcL>>. Acesso em: 28/11/2023.

MACHADO, A. **A televisão levada a sério**. São Paulo: SENAC, 2001.

MARTHE, M. Exclusivo: VEJA revela os segredos da fábrica de novelas da Netflix, 2023. **Veja**. On-line. Disponível em: <<https://bit.ly/3N14kZi>>. Acesso em: 10/11/2023.

MASSAROLO, J.; MESQUITA, D. Distribuição da televisão na internet: serviços de TV Online da Rede Globo. **Anais Compós** – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. XXIX Encontro Anual da Compós. Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande. 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/3uuzmqT>>. Acesso em: 29/11/2023.

MEMÓRIA GLOBO. <<https://memoriaglobo.globo.com>>. Acesso em: 09/04/2022.

MITTELL, J. The qualities of complexity: vast versus dense seriality in contemporary television. In: JACOBS, J.; PEACOCK, S. **Television Aesthetics and style**. London: Bloomsbury Academic, 2013, p. 45-56.

MUANIS, F. Entre imprecisões e retórica: Em busca de uma definição mais ampla de televisão. In: LADEIRA, J. M. (Org.). **Televisão e cinema: o audiovisual contemporâneo em múltiplas vertentes**. Rio de Janeiro: Folio digital: Letra e Imagem, 2018. Versão Kindle.

MUANIS, F. **O que é TV de qualidade?** 1 vídeo (57 min). Publicado pelo canal Alguém Viu Meus Óculos? por Manu Mayrink, 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=sykRTQJyBrQ>>. Acesso em: 28/04/2022.

OROZCO, G. La cambiante interacción de lo televisivo, sus audiencias y sus tecnologías: implicaciones para la educucomunicación. In: CORONA-RODRÍGUEZ, J. M.; OROZCO, G. (Coords.). **Alfabetismos mediáticos participativos: Propuestas conceptuales y recuentos empíricos**. México: Sagahón, 2021, p. 8-13.

OROZCO, G. Las audiencias activas. Escuela Doctoral de Primavera, Programa de Doctorado en Comunicación (UMA), 2021. Disponível em: <<https://bit.ly/3b84P5X>>. Acesso em: 04/06/2022.

PADIGLIONE, C. Netflix faz novelas e Globo investe no streaming na briga pelo público brasileiro, 2021. **Folha**. On-line. Disponível em: <<https://bityli.com/SFfzdz>>. Acesso em: 08/04/2022.

PUJADAS, E. A qualidade televisiva além de um conceito politicamente correto – Conteúdos e perspectivas envolvidas. **MATRIZES**, [S. l.], v. 7, n. 2, p. 235-248, 2013. Disponível em: <<https://bit.ly/3uuzmqT>>. Acesso em: 28/11/2023.

RAMOS, E.; SIGILIANO, D.; BORGES, G. A Literacia midiática e o prazer irônico dos Fãs de Verdades Secretas II: análise de comentários no Twitter. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, [S. l.], v. 21, n. 40, 2022. DOI: <10.55738/alaic.v21i40.881>. Acesso em: 05/10/2023.

SOUZA, M. C. J. (Org.). **Analisando Telenovelas**. Rio de Janeiro: E-papers Serviços Editoriais, 2004.

SOUZA, M. C. J. et al. Roteiristas-autores e a inovação nas telenovelas da década de 2010 ao contexto da pandemia. *In*: LOPES, M. I. V.; SILVA, L. A. P. **Criação e inovação na ficção televisiva brasileira em tempos de pandemia de Covid-19** [livro eletrônico]. Alumínio, SP: CLEA Editorial, 2021. Coleção teledramaturgia, V. 7. p. 18-36.

SOUZA, R.; COVALESKI, R. “Tudo Junto”: Os limites da marca Globoplay entre a independência e a convergência com a programação e a imagem da TV Globo. **Anais Intercom** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – VIRTUAL. Dezembro de 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/3rCD6pp>>. Acesso em: 05/07/2021.

TOLEDO, M. Com 137 plataformas de streaming, Brasil possui a maior oferta de conteúdo da América Latina, 2023. **Tela Viva**. On-line. Disponível em: <<https://bit.ly/46BcZhp>>. Acesso em: 05/10/2023.

VIANA, V. “Verdades Secretas 2” ganha nota zero de Patrícia Kogut. **Pop Line**. On-line. Disponível em: <<https://bit.ly/3PMi67r>>. Acesso em: 08/04/2022.

Recebido em: 10.03.2023

Aceito em: 10.10.2023