

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
CENTRO DE ESTUDOS LATINO-AMERICANOS SOBRE CULTURA E
COMUNICAÇÃO

**A trajetória da produção de séries brasileiras televisivas de ficção
sob o impacto das novas tecnologias de *streaming***

Luísa Durães Mendes de Almeida

São Paulo

2020

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
CENTRO DE ESTUDOS LATINO-AMERICANOS SOBRE CULTURA E
COMUNICAÇÃO

A trajetória da produção de séries brasileiras televisivas de ficção sob o impacto das novas tecnologias de *streaming*

Luísa Durães Mendes de Almeida

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial para
obtenção do título de Especialista em
Gestão Cultural sob orientação da Prof.^a
Dra. Karina Poli Lima da Cunha.

São Paulo

2020

RESUMO

A pesquisa aqui apresentada pretende traçar um histórico sobre a produção de obras seriadas de ficção para televisão produzidas no Brasil com o objetivo de mostrar como estas produções foram influenciadas pela recente chegada das plataformas de *streaming* no país. Este histórico foi traçado através de pesquisa bibliográfica, de pesquisa secundária de dados e de um breve estudo de caso de duas séries televisivas de ficção exibidas na plataforma *Netflix*: *3%* e *Sintonia*.

ABSTRACT

The research presented here intends to draw a background on the production of fiction TV series produced in Brazil with the objective of showing how these productions were influenced by the recent arrival of streaming platforms in the country. This history was drawn through bibliographic research, secondary data research and a brief case study of two fiction TV series exhibited on Netflix: *3%* and *Sintonia*¹.

RESÚMEN

La investigación que aquí se presenta pretende dibujar un trasfondo de la producción de series televisivas de ficción producidas en el Brasil con el objetivo de mostrar cómo estas producciones fueron influenciadas por la reciente llegada de las plataformas de streaming al país. Esta historia fue rastreada a través de la investigación bibliográfica, la investigación de datos secundarios y un breve estudio de caso de dos series de televisión de ficción exhibidas en la plataforma de *Netflix*: *3%* y *Sintonía*.

¹ O título original foi mantido na tradução para língua inglesa (NOTA DA AUTORA)

PALAVRAS-CHAVES

Brasil; Audiovisual; Televisão; Netflix; Séries de Televisão; Ficção televisiva; Indústria Cultural

KEYWORDS

Brazil; Audiovisual; Television; Netflix; TV shows; Television fiction; Cultural Industry

PALABRAS CLAVE

Brasil; Audiovisual; Televisión; Netflix; Series de televisión; Ficción televisiva; Industria cultural

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	6
2. A TELEVISÃO ABERTA E AS NOVELAS.....	7
3. A TELEVISÃO A CABO E AS POLÍTICAS DE FOMENTO AO AUDIOVISUAL.....	8
4. A INTERNET E A CHEGADA DAS PLATAFORMAS DE STREAMING.....	14
5. 3% E SINTONIA.....	16
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	18
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	19

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo busca traçar um histórico da produção de séries televisivas de ficção no Brasil para analisar o aumento dessas produções nas últimas décadas, principalmente após a chegada da televisão a cabo e posteriormente com a chegadas dos serviços de *streaming* e *VOD* ou *Video On Demand* no país.

Como forma de contextualizar os períodos históricos e a evolução que a televisão e seu consumo sofreram desde sua criação até os dias de hoje, usaremos para esse artigo os conceitos de *paleotelevisão* e *neotelevisão*, criados por Umberto Eco e o conceito de *hipertelevisão*, criado por Carlos Alberto Scolari como certa continuidade aos conceitos criados por Eco (MUANIS, 2018). Esses conceitos estão ligados não somente às linguagens e às imagens desses períodos, mas também às transformações tecnológicas que afetaram a televisão e podem ajudar a entender, traçar paralelos e verificar como essas mudanças conduziram as regulamentações e políticas para o setor audiovisual.

Para isto foi estudada a produção de ficção em obra seriada para verificar do de que modo esta produção simbólica foi afetada ao longo do tempo, em termos de linguagem e de aumento de produção, em novelas e séries. Também se analisou o veículo de difusão usado nestas produções e sua relação com os processos de regulamentação e as leis de incentivo.

Também foram usados dados secundários publicados por grupos de pesquisa que estudam o setor, tais como o Observatório Brasileiro do Cinema e Audiovisual (OCA) ligado à ANCINE, Agência Nacional do Cinema que regulamenta e monitora o audiovisual, e o Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisa (OBITEL), grupo de pesquisadores que estuda a ficção televisiva nos países Ibero-Americanos, além de outros artigos de pesquisadores que trouxeram dados sobre o tema pesquisado.

Por último, trazemos um breve estudo de caso baseado em pesquisas de matéria de jornal e documentos sobre duas séries televisivas brasileiras produzidas para a plataforma de streaming *Netflix: 3%* e *Sintonia*. O objetivo é trazer mais informações, já que não há muitos dados quantitativos sobre estas séries, tanto por conta da atualidade do tema, como também pela falta de regulamentação para as plataformas de streaming.

2. A TELEVISÃO ABERTA E AS NOVELAS

O consumo de séries televisivas de ficção produzidas pelos Estados Unidos por parte do público brasileiro não é um fenômeno atual. Desde a exibição de séries de televisão estadunidenses reproduzidas na televisão aberta a partir dos anos 1960 e 70 até a popularização dos serviços de *streaming* com seus extensos acervos de obras seriadas, este tipo de conteúdo tem feito parte do imaginário e da construção de referências audiovisuais para o público brasileiro.

Porém, o público brasileiro não consome apenas obras audiovisuais seriadas importadas. As telenovelas brasileiras sempre foram os produtos audiovisuais mais consumidos pelos brasileiros que, apesar de suas diferenças de linguagem com relação ao que chamamos de séries nesse artigo, na sua essência são obras audiovisuais em capítulos ou seriadas. Enquanto o cinema nacional luta contra a hegemonia hollywoodiana e vê avanços tímidos ano após ano com relação ao tamanho do seu público nas bilheterias, as obras de ficção nacionais para a televisão (principalmente as telenovelas e minisséries) continuam a ser extremamente populares, principalmente na televisão aberta.

Os primórdios da televisão, dentro dos conceitos que estamos trabalhando, é o da *paleotelevisão*, conceito criado por Umberto Eco que abrange o período entre a sua invenção até os anos 1980 e 90, momento em que havia poucos canais e as estruturas de programação e o formato dos programas exibidos eram mais formais e regulares. Este foi um período de formação da linguagem televisiva e foi fundamental para a solidificação da televisão como um dos meios de comunicação predominantes no mundo (MUANIS, 2018).

No Brasil não foi diferente. Este período foi marcado por políticas para o setor de telecomunicação que ficaram em vigor até os anos 1990 com a regulamentação das concessões públicas para empresas privadas, as limitações para conglomerados de comunicação e com a proibição de capital estrangeiro nessas empresas (BOLAÑO, 2007).

Quando falamos nas narrativas seriadas, o período é marcado sem dúvida pela telenovela na televisão aberta com a TV Globo como principal e mais expressiva produtora. As telenovelas se tornaram não só extremamente populares, mas também importante veículo de formação da cultura hegemônica brasileira com influência, ao

longo dos anos, nas mudanças políticas e de costumes sociais. A pesquisadora Maria Immacolata Vassallo de Lopes diz:

Não resta dúvidas de que a novela constitui um exemplo de que ultrapassou a dimensão do lazer, que impregna a rotina cotidiana da nação, construiu mecanismos de interatividade e uma dialética entre o tempo vivido e o tempo narrado e que se configura como uma experiência ao mesmo tempo cultural, estética e social. Como experiência de sociabilidade, ela aciona mecanismos de conversação, de compartilhamento e de participação imaginária. A novela tornou-se uma forma de narrativa sobre a nação e um modo de participação dessa nação imaginada. (2003, p. 29)

Como dito anteriormente, sabemos que neste período já se produziam séries na televisão aberta e já eram exibidas séries importadas dentro da sua programação, compradas e licenciadas pelos canais por meio de pacotes. Porém, a produção das séries nacionais ainda estava concentrada nos canais de televisão aberta e eram as novelas que dominavam o horário nobre e a audiência no país.

3. A TELEVISÃO PAGA E AS POLÍTICAS DE FOMENTO DO AUDIOVISUAL

A segunda fase na classificação de fases da televisão criada por Umberto Eco, que estamos utilizando como marco para essa pesquisa foi chamada de *neotelevisão*, e se caracteriza por uma maior segmentação dos canais, linguagens e público causada, em grande parte, pela proliferação de canais com a invenção da televisão a cabo (MUANIS, 2018), com a diminuição nos preços dos aparelhos televisores e a popularização de outras tecnologias como o vídeo cassete e os videogames.

No Brasil, a chegada da televisão a cabo foi a principal mudança que influenciou, não somente o consumo das séries televisivas no Brasil, mas também a sua produção. Esta chegada aconteceu no período pós ditadura militar e após discussões entre alas conservadoras e progressistas no Congresso Nacional sobre formas de regulamentação das novas empresas de telecomunicação que surgiam. Depois de diferentes projetos de leis e portarias, foi publicada a Lei da TV a Cabo (Lei nº 8.977 de 06 de janeiro de 1995) (PALÁCIO DO PLANALTO, 1995), o que significou a entrada no Brasil do capital estrangeiro no setor (BOLAÑO, 2007).

A entrada dos canais a cabo estrangeiros trouxe uma preocupação, assim como pressão por parte do setor audiovisual, tanto das emissoras nacionais como dos produtores independentes, para que não houvesse hegemonia e dominação do

conteúdo internacional exibido. Assim, a Cota de Tela (Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011) (PALÁCIO DO PLANALTO, 2011) foi assinada obrigando os canais de televisão a cabo a exibirem conteúdo inédito produzido no Brasil:

Quanto à operacionalização das cotas, os percentuais variam de acordo com a classificação do canal, com base no perfil de programação e no percentual de conteúdo nacional exibido. Além dos CEQ³ estrangeiros (3h30min/semana de conteúdo nacional), a Ancine estabelece quatro classificações para os Cabeq⁴: 1) Cabeq; 2) Cabeq programado por programadora independente (Cabeqi) – ambos com cota mínima de 6h diárias de obras nacionais, sendo 50% de conteúdo independente; 3) Cabeq Super Brasileiro (SB); e 4) Cabeq Super Brasileiro programado por programadora independente (SBsR) – 12h diárias de conteúdo nacional independente, com o mínimo de 3h diárias no horário nobre. (MORAIS, 2019, p. 276)

A Cota de Tela fez parte de um conjunto de três leis anteriores de regulamentação do setor. A Lei do Audiovisual (Lei nº 8.685 de 20 de julho de 1993) (PALÁCIO DO PLANALTO, 1993) estabeleceu mecanismo de incentivo para o audiovisual através do fomento indireto (quando há patrocínio de empresas privadas com dedução de seus impostos). A criação da ANCINE (Medida Provisória nº 2.228-1 de 6 de setembro de 2001) (PALÁCIO DO PLANALTO, 2011) regulamentou o setor e organizou as regras para o uso das leis de fomento. O Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) (Lei nº 11.437 de 28 de dezembro de 2006) (PALÁCIO DO PLANALTO, 2006) financia projetos de audiovisual com editais em linhas específicas para cada segmento (Salas de Cinema, Festivais e TV Paga) com dinheiro arrecadado através da Taxa da CONDECINE (ANCINE, 2020), cobradas às empresas de telecomunicação.

Estas políticas resultaram, durante a década seguinte, em um *boom* na produção de conteúdo por produtoras independentes para a televisão a cabo e para os outros setores do audiovisual. Como mostra Kátia Moraes:

O boom no segmento de audiovisual pode ser comprovado ainda pelo número de obras registradas após a regulamentação da Lei no 12.485/2011. O Certificado de Produto Brasileiro (CPB) é uma exigência da Ancine para todas as obras audiovisuais não publicitárias comercializadas nos mercados de cinema, televisão e vídeo sob demanda (VoD, em inglês). Entre 2012 e 2016, foram 8.290 CPB

³ Canais de Espaço Qualificado são canais de programação que veiculem, no horário nobre, majoritariamente conteúdos audiovisuais que constituam espaço qualificado (obras seriadas ou não seriadas dos tipos: ficção documental, animação, *reality shows*, videomusical e de variedades) incluindo-se os Canais Brasileiros de Espaço Qualificado (CABEQ).

⁴ CABEQ são canais de espaço qualificado que são programados por programadora brasileira; que veiculam majoritariamente, no horário nobre, conteúdos audiovisuais brasileiros constituintes de espaço qualificado, sendo metade produzidos por produtora brasileira independente.

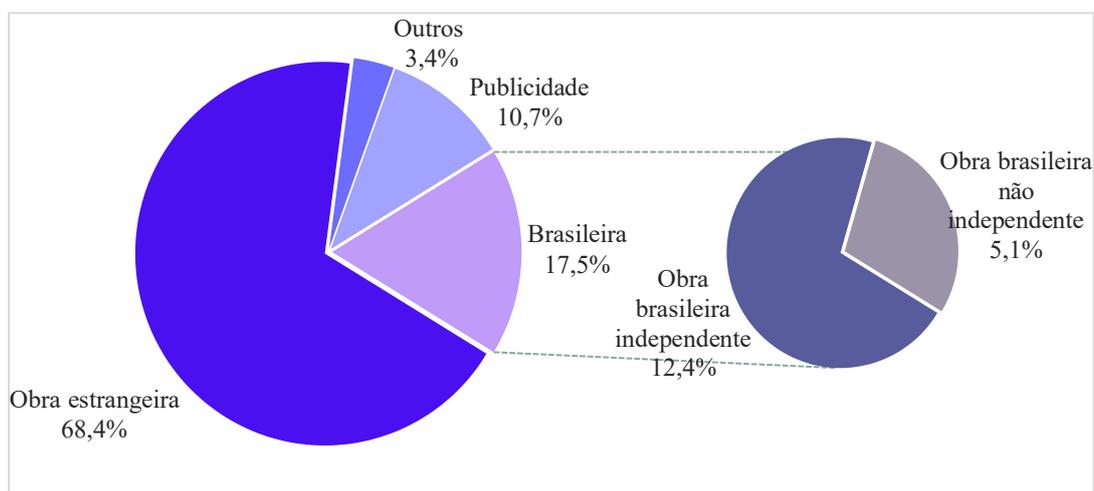
emitidos. Somente em 2016 foram expedidos 2.246 certificados. (2019, p. 279)

Em 2018, 100% das obras seriadas de ficção exibidas na televisão paga foram produzidas por empresas produtoras independentes, amparadas pelos mecanismos de fomento mencionados anteriormente e, mesmo na televisão aberta, uma janela que não utilizava esses mesmos mecanismos com a mesma frequência, esse número chegou a 53% das séries e minisséries de televisão que estrearam em 2018 (LOPES, 2019).

Como parte de um dos objetivos da ANCINE em “aprimorar a geração e disseminação de conhecimento do Setor” (ANCINE, 2019), é criado o Observatório Brasileiro do Cinema e Audiovisual, que tem como objetivo a “difusão de dados e informações qualificadas produzidas pela Agência Nacional do Cinema (ANCINE)” (ANCINE, 2020). O Observatório publica anualmente diversas pesquisas e informes de mercado que monitoram os dados referentes a obras produzidas e exibidas no setor. Através destes informes, podemos ver e analisar a evolução das obras seriadas para a televisão paga. Os dados destes documentos publicados são coletados por meio de informações enviadas pelas programadoras e canais para a ANCINE através de dados coletados em relatórios que contém: “Data de veiculação; horário efetivo de início da veiculação; horário efetivo de término da veiculação; título original; e número de Registro de Título (CRT) expedido pela ANCINE” (ANCINE, 2020).

Apesar do aumento da veiculação das produções nacionais, já apresentadas anteriormente quando falamos sobre a Lei de Cota de Telas, a maioria das produções veiculadas na televisão paga no Brasil, continuam sendo as internacionais, com as obras nacionais chegando a apenas 17,5% das horas de programação exibidas em 2019:

**Percentual de horas de programação por categoria de obra.
Todos os canais de programação qualificada**



Fonte: ANCINE - AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA. OCA - Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. **Informe de Mercado - TV Paga - 2019.**

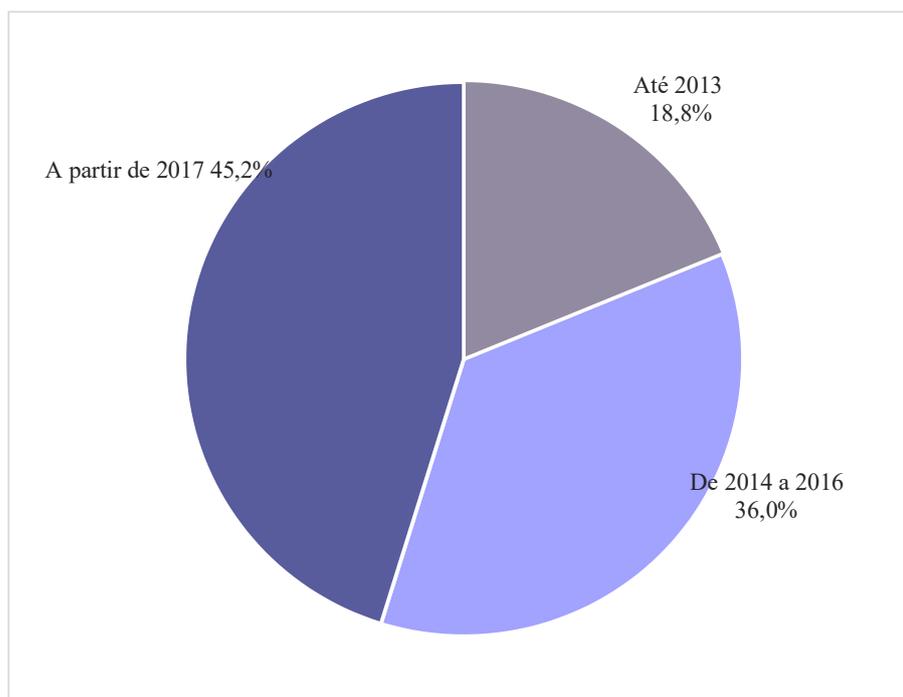
Apesar dos números ainda parecerem baixos em relação a obras estrangeiras, a evolução durante a década foi considerável comparando-se ao ano de 2010 em que tínhamos apenas 8,2% de horas exibidas de produções brasileiras (ANCINE, 2015). Em 2019, 14,5% dos títulos exibidos e 11,6% das horas de programação eram de obras brasileiras classificadas como ficção (filmes, séries e minisséries) (ANCINE, 2020). Importante ressaltar que 45,2% das obras seriadas brasileiras de todos os gêneros foram produzidas a partir de 2015, seguindo a evolução na quantidade de obras produzidas gerada pelos mecanismos de fomento:

Percentual de títulos e horas de programação de obras seriadas brasileiras por gênero audiovisual

Gênero Audiovisual	% de títulos	% de horas de programação
DOCUMENTÁRIO	39,6%	31,1%
VARIEDADES	25,0%	35,7%
FICÇÃO	14,5%	11,6%
ANIMAÇÃO	9,2%	8,5%
REALITY-SHOW	6,1%	4,8%
VIDEOMUSICAL	5,7%	8,3%

Fonte: ANCINE - AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA. OCA - Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. **Informe de Mercado - TV Paga - 2019.**

Percentual de obras seriadas brasileiras por ano de produção



Fonte: ANCINE - AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA. OCA - Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. **Informe de Mercado - TV Paga - 2019.**

Outro dado interessante é que essa “serialização” das narrativas também pode ser sentida na televisão aberta, o que aconteceu pela primeira vez em 2017. E em 2018, o número de obras seriadas nacionais ultrapassou as telenovelas e a duração

total das minisséries aumentou em 70%. Além disto, duas minisséries da televisão aberta pela primeira vez tiveram maior audiência do que novelas no horário nobre: *Entre Irmãs* e *Treze Dias Longe do Sol*.

Os dez títulos mais vistos

Título		País da ideia original ou roteiro	Canal	Formato/gênero	Nº de cap./ep. (em 2018)	Faixa horária	Rating	Share
1	<i>O Outro Lado do Paraíso</i>	Brasil	Globo	Telenovela/drama	114	Horário nobre	39,9	58,48
2	<i>Segundo Sol</i>	Brasil	Globo	Telenovela/drama	156	Horário nobre	33,0	49,33
3	<i>Pega Pega</i>	Brasil	Globo	Telenovela/comédia romântica	7	Horário nobre	30,7	50,71
4	<i>Entre Irmãs</i>	Brasil	Globo	Minissérie/drama	4	Horário nobre	30,5	49,48
5	<i>Treze Dias Longe do Sol</i>	Brasil	Globo	Minissérie/drama	10	Horário nobre	27,2	43,92
6	<i>O Sétimo Guardiã</i>	Brasil	Globo	Telenovela/realismo mágico	43	Horário nobre	26,3	42,19
7	<i>Deus Salve o Rei</i>	Brasil	Globo	Telenovela/drama medieval	173	Horário nobre	25,8	40,38
8	<i>Assédio</i>	Brasil	Globo	Episódio de divulgação/drama	1	Horário nobre	25,1	42,48
9	<i>O Tempo Não Para</i>	Brasil	Globo	Telenovela/comédia romântica	132	Horário nobre	24,3	39,36
10	<i>Tempo de Amar</i>	Brasil	Globo	Telenovela/romance	66	Horário Nobre	23,2	40,92
Total de produções: 10				Roteiros estrangeiros: 0				
100%				0%				

Fonte: VASSALLO DE LOPES, Maria Immacolata *et al.* BRASIL: streaming, tudo junto e misturado. In: VASSALLO DE LOPES, Maria Immacolata *et al.*, (coord.). **Modelos de distribuição da televisão por internet: atores, tecnologias, estratégias**

Esta tendência de mudança no gosto nacional pelas obras seriadas que se distanciam das telenovelas no seu formato e duração começou a ser observada pela pesquisadora Maria Immacolata Vassallo de Lopes que, em 2014, chama esse fenômeno de “ciclo da história curta”:

Essa correlação nos levou a refletir sobre uma possível tendência cultural e tecnológica do “ciclo da história curta” (ainda como hipótese de trabalho de trabalho do Obitel Brasil), que seria uma extensão do que sempre viemos enfatizando sobre a diversificação dos formatos e sua hibridização. Identificamos esse “ciclo da história curta” não apenas no forte aumento de séries e minisséries, mas nas telenovelas mais curtas, com boa audiência alcançada (um novo gosto nacional?) e, principalmente, grande repercussão nas redes sociais (2015, p. 117).

Assim, quando entram no mercado nacional os serviços de *streaming*, em especial a *Netflix*, com sua maior segmentação e seus preços mais acessíveis em relação aos pacotes de televisão a cabo, temos um público que já é um consumidor habitual de séries e que vê na facilidade de consumo dessas plataformas através da tecnologia digital na televisão tradicional um enorme atrativo e o Brasil se torna um dos principais mercados consumidores.

4. A internet e a chegada das plataformas de streaming

O período atual que vivemos foi chamado de *hipertelevisão* por Carlos Alberto Scolari e expandiu os conceitos que já vimos anteriormente de *paleotelevisão* e *neotelevisão* (MUANIS, 2018). Se na *paleotelevisão*, uma das características da televisão era a forma como famílias e comunidades se reuniam em volta do aparelho de televisão para assistir a programas que estavam sendo exibidos ao mesmo tempo para todo o país e para outras famílias e comunidades, agora, na *hipertelevisão*, cada um carrega uma tela de televisão no bolso e tem controle do conteúdo que vai consumir. Os elementos citados anteriormente das duas primeiras fases não desapareceram por completo do meio e da forma que consumimos a televisão, mas a influência da internet é crucial para essa última e atual fase da televisão. O uso de smartphones e redes sociais revolucionou quase todas as áreas da cultura: cinema, música, jogos eletrônicos e, é claro, a televisão. Em 2018 no Brasil, segundo o IBGE, 94,6% dos usuários acessaram a internet através do celular e 76,4% desses acessos foram realizados para assistir a vídeos, programas, séries e filmes e alcançamos o quarto lugar em usuários de internet no mundo (LOPES, 2019).

A internet, a partir do exposto, não somente compete ao capturar a atenção do telespectador, mas também ao apresentar novas plataformas de exibição da televisão, com os *smartphones*, as *Smart TVs* e os computadores, transformando as formas de se assistir à televisão, principalmente com a chegada das plataformas de *streaming*, tais como *Netflix* (2011), *Globoplay* (2015), *Amazon Prime* (2016), *HBO GO* (em 2013 para clientes do canal por assinatura e em 2016 para todos os assinantes) e *Disney+* (2020). O mercado de *streaming* e *Vídeo On Demand* (VOD) no Brasil não possui ainda regulamentação pelas agências do setor. As empresas de VOD e *streaming* não são obrigadas a cumprir com as cotas demarcadas pela Lei de

Cota de Tela e a ANCINE ainda não monitora as obras produzidas para este segmento⁸.

O Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisa, já reuniu uma série de dados que apontam para esta nova fase de consumo e produção da televisão no Brasil. O número de obras seriadas de ficção brasileiras que estrearam em plataformas de streaming e em VOD em 2018 (LOPES, 2019) foi de 20 títulos e 23 títulos em 2019 (LOPES, 2020), o maior mapeado pelos pesquisadores até então. O acesso à estas plataformas e serviços também cresceu, com 85% dos domicílios tendo acesso através de serviço de banda larga e 39% através dos aparelhos de televisão. O número de plataformas OTTs (*Over-the-top* ou serviço de televisão pela internet que inclui *streaming e Video On Demand*) chegou a 78 com a *Netflix* sendo a mais popular com 18% do mercado, seguida da *Globoplay* com 4% (LOPES, 2019). Em 2019, de um total de 50 produções inéditas estreando em plataformas de VOD, 23 eram produções originais brasileiras e o público destas plataformas aumentou em 165% desde o ano de 2015 (LOPES, 2019), uma tendência que vai na contramão das da queda dos frequentadores de salas de cinema e usuários de TV a cabo.

Como mencionado anteriormente, a falta de regulamentação para estas plataformas faz com que seja mais difícil a coleta de dados sobre audiência das produções de ficção. Além disto, as empresas têm como prática a não divulgação destes números de forma comparativa ou em números totais⁹. Porém, através de publicações em matérias de jornais, revistas e sites especializados, podemos entender como a entrada destas plataformas vem mudando a forma como as obras seriadas são produzidas e assistidas pelo público.

5. 3% e Sintonia

A *Netflix* é uma empresa estadunidense que iniciou suas atividades como uma empresa de venda e aluguel de DVDs e depois se tornou uma plataforma de exibição de conteúdo audiovisual no modelo que conhecemos hoje. O serviço chegou ao Brasil

⁸ A ANCINE tem acesso apenas as obras que emitem CRT (Certificado de Registro de Título) para a janela de *VOD*. Porém, como não há a exigência por lei da emissão do CRT para exibição (como acontece com a televisão aberta e na televisão paga), o monitoramento fica restrito aos exibidores que pedem a emissão para os produtores independentes (NOTA DA AUTORA).

⁹ Alguns números são divulgados para imprensa como forma de gerar interesse e marketing para as séries, mas não há ainda uma monitoração de audiência de empresas independentes (NOTA DA AUTORA).

em 2011 e em 2016 estreava a primeira produção original brasileira para a plataforma: 3%.

A série 3% (2016) é uma série de ficção científica que se passa em um mundo distópico em que jovens de 20 anos vivem em condições de pobreza e têm a chance de ascender para a classe privilegiada através de uma série de provas, chamadas de “o processo”. As únicas pistas de que estamos assistindo a uma produção brasileira é o português falado pelas personagens e o elenco reconhecido pelo público. A série foi a segunda produção de língua não-inglesa da plataforma.

Criada a partir de uma *websérie* de sucesso por Pedro Aguilerra, 3% foi em muitos aspectos o mais importante *case* para a *Netflix* e dezenas de produções locais de língua não-inglesa vieram depois. Durante suas 4 temporadas, a série conquistou algo que até então parecia impossível: fazer o público de língua inglesa assistir a uma série com legendas ou dublada. Apesar da plataforma não divulgar os números totais de audiência das suas produções, o sucesso da série, tanto para o público local como para o internacional, foi de grande importância para a construção de estratégia da *Netflix* nos países de língua não-inglesa. A expansão da produção do acervo de conteúdo da plataforma através de produções locais, gerou também um aumento no marketing nesses territórios e uma expansão de usuários (COBB, 2018).

Já a série *Sintonia* (2019) é um drama urbano centrado na cultura da periferia de São Paulo, com personagens, situações e locações identificáveis no cotidiano do público periférico do Brasil. Conta a história de um grupo de jovens, centrando na história de Doni, que sonha em ser um famoso cantor de funk. A série estreou em 2019 e, assim como 3%, também teve sua criação ligada a um sucesso anterior da internet: o canal do *YouTube* Kondzilla, criado por Konrad Dantas, que foi um dos criadores da série e dirigiu o primeiro episódio. A série teve a segunda melhor estreia no Brasil e, apesar da não divulgação dos números totais, foi bem avaliada pela crítica internacional.

As duas séries, apesar de terem perspectivas diferentes de público e de linguagens, mostram em seus sucessos como as séries vem se tornando uma preferência de público. O formato que seguem, com temporadas mais curtas, episódios com duração de 40 a 50 minutos e arcos narrativos que duram temporadas, se aproximam cada vez mais dos modelos de séries *hollywoodianas*. E ao se aproximarem dos modelos estadunidenses, se distanciam dos modelos de telenovela. Não somente no formato, mas também de narrativas. 3% traz o gênero ficção

científica, até então pouco explorado no audiovisual nacional. *Sintonia* traz a periferia para o centro da história, o que já acontecia no Cinema, mas pouco na televisão.

As séries mostram ainda como as produções nacionais originais são de extrema importância estratégica para essas empresas que veem no público brasileiro um público consumidor importante, leal e que cada vez mais se quer ver representado nas séries televisivas. O formato de financiamento destas produções também indica uma mudança trazida pela entrada da *Netflix*, com o financiamento não passando mais pelos mecanismos de fomento operados pelo Estado e com o mercado internacional sendo um importante parceiro e consumidor dessas séries que até então ficavam restritas ao público nacional, com raras exceções.

Desde o lançamento de 3%, a *Netflix* lançou mais de 12 séries de ficção nacionais, entre elas *Coisa Mais Linda* (2019), *Irmandade* (2019), *O Mecanismo* (2018) e *Bom Dia, Verônica* (2020) além de programas de outros gêneros como: séries documentais, *reality shows*, animações e infantis. A popularidade e sucesso internacional das séries pode variar, mas o crescimento do número de produções mostra uma tendência que se mostra também com os anúncios de produções originais nacionais de outras plataformas de *streaming*, como a nacional *Globoplay* e a internacional *Amazon Prime*, tornando o mercado brasileiro não somente um importante consumidor e um mercado em ascensão, mas também um importante produtor de conteúdo para o acervo destas plataformas.

6. Considerações Finais

O fenômeno apresentado neste artigo ainda é relativamente novo e, apesar de já ser reconhecido de forma fácil por quem acompanha as plataformas de *streaming* e o mercado audiovisual brasileiro, ainda não apresenta uma quantidade de dados concretos para que cheguemos a uma única conclusão que explique o porquê dos produtores de audiovisual brasileiro estarem se movimentando cada vez mais para a produção das séries televisivas de ficção.

Uma das hipóteses que podemos levantar é que financeiramente e economicamente este tenha se tornado um modelo de produção que garante bom retorno econômico para os produtores e uma forma de sobrevivência do setor. Tanto se pensarmos no modelo de produção custeada por mecanismos de leis de incentivo com a venda e licenciamento posterior para os canais e plataformas exibidoras, como

o modelo empregado pelo *Netflix*, com o investimento direto do canal ou plataforma de streaming.

Este segundo modelo se torna ainda mais relevante para o setor a partir da crise econômica de 2015 e 2016, principalmente em termos de redução do financiamento público, consequência da diminuição nos investimentos feitos por empresas privadas e dos os ataques diretos do atual governo federal. No ano de 2018, a média de projetos contratados para receberem recursos do FSA foi de 25 ao mês, quantidade total de projetos contratados em 18 meses entre 2019 e 2020¹⁰. Assim, assistimos a uma paralisação quase que total da liberação de recursos da ANCINE e do FSA nestes dois anos.

Mas não podemos dizer que esta mudança tenha se dado somente por questões políticas e econômicas nacionais. Como podemos analisar com os dados apresentados no artigo, este não é um fenômeno exclusivo do Brasil e as novas tecnologias de mídia e internet tiveram uma grande influência sobre a mudança não somente no gosto do público, mas também da forma como o público acessa e assiste a séries televisivas. As mudanças tiveram uma influência que ainda está sendo contabilizada para entendermos como o conteúdo produzido pela televisão nos próximos anos. Se por um lado o cinema e a televisão tradicional têm visto o seu público cair ano após ano, por outro nunca se consumiu tanto conteúdo audiovisual. Não somente os tradicionais (filmes, séries televisivas, jornalístico e etc) através das novas plataformas *online*, mas também todos os novos tipos de conteúdo audiovisual em redes sociais como *YouTube*, *Facebook*, *Instagram*, *TikTok*, produzido por profissionais e usuários amadores.

Mas este novo público, com gostos e hábitos novos, também ainda precisa e parece querer se reconhecer nas séries televisivas a que assiste e tem como maior referencial audiovisual as telenovelas, um produto com características predominantemente nacionais. A hegemonia das séries estadunidenses ainda persiste, mas o cenário parece positivo para que esta influência seja cada vez menor. Um ponto positivo que as plataformas de streaming internacionais trouxeram é ajudar a quebrar esta hegemonia com a exibição de séries de diferentes países do mundo, com sucesso de público igual e muitas vezes superior as séries estadunidenses.

¹⁰Fonte: <https://oglobo.globo.com/cultura/ministerio-publico-da-15-dias-para-ancine-explicar-por-que-aprovou- apenas-um-projeto-em-dez-meses-24703679>).

Podemos considerar, então, que a popularização das séries televisivas de ficção, das plataformas de *streaming* e os novos modelos de negócios para o setor que estão se desenhando a partir disso e fenômenos positivos para o setor e para o público. Mas, quando falamos em políticas públicas não podemos deixar que a desregulamentação, a falta de fomento e o investimento exclusivo de empresas estrangeiras se torne a regra. Muitas áreas do audiovisual, em especial o Cinema, ainda não conseguem competir em pé de igualdade com a hegemonia do cinema hollywoodiano e a produção audiovisual do país ainda se encontra, na sua maioria, restrita somente aos grandes polos urbanos do país (principalmente da região Sudeste). Estes são problemas que precisam de políticas públicas de fomento e de investimentos.

Por fim, a pesquisa apresentada nesse artigo apresenta um fenômeno que está em constante mudança com novas séries, plataformas e tecnologias aparecendo a cada dia e, apesar de ainda não poder ser analisada com uma certa distância histórica, é, com certeza, uma das tendências mais importantes e impactantes no setor audiovisual dos últimos anos.

7. Referências Bibliográficas

3%. Brasil: Netflix, 2016. Disponível em: <https://www.netflix.com>. Acesso em: 10 set. 2020.

ADALIAN, Josef. How Netflix is selling itself to the world. **Vulture**, [S. l.], p. 1, 24 set. 2020. Disponível em: <https://www.vulture.com/>. Acesso em: 22 out. 2020.

AMENDOLA, Beatriz. Netflix: Sintonia tem segunda melhor estreia para uma série no Brasil. **UOL Entretenimento**, [S. l.], 16 out. 2019. Disponível em: <https://www.uol.com.br/>. Acesso em: 22 out. 2020.

ANCINE - AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA. OCA - Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. **Informe de Mercado - TV Paga - 2019**. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://oca.ancine.gov.br/>. Acesso em: 20 out. 2020.

ANCINE - AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA. OCA - Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. **Relatório Anual - TV Paga - Monitoramento da Programação 2010**. [S. l.], 2011. Republicação 2015. Disponível em: <https://oca.ancine.gov.br/>. Acesso em: 22 out. 2020.

- ARGEMON, Rafael. “Sintonia” não perde tempo moscando e mostra a periferia como ela é na Netflix. **HuffPost Brasil**, [S. l.], p. 1, 13 ago. 2019. Disponível em: <https://www.huffpostbrasil.com/>. Acesso em: 22 out. 2020.
- CARNEIRO, Raquel. Primeira série nacional da Netflix, 3% chega ao final com saldo positivo. **Revista Veja**, [S. l.], 14 ago. 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/>. Acesso em: 22 out. 2020.
- COBB, Kayla. 3% walked so Netflix’s international originals could run. **Decider**, [S. l.], 18 ago. 2018. Disponível em: <https://decider.com/>. Acesso em: 22 out. 2020.
- HESMONDHALGH, David. Introduction: Change and Continuity, Power and Creativity. *In: The Cultural Industries*. 3. ed. [S. l.]: Sage Publications Ltd, 2012.
- LEMOS DA SILVA, Dirceu. Netflix: o serviço que mudou a forma de produzir e consumir entretenimento audiovisual. **Revista Comunicare**, [s. l.], v. 18, ed. 2, 2º Semestre 2018.
- MORAIS, Kátia (2019). **Cota de tela (Lei nº 12.485/2011) e a produção independente na TV paga**. Significação: Revista De Cultura Audiovisual, 46(52). <https://doi.org/10.11606/issn.2316-7114.sig.2019.147815>
- MUANIS, Felipe. **A Imagem Televisiva. Autorreferência, Temporalidade, Imersão**. 1ª. ed. [S. l.]: Appris, 2018.
- SIQUEIRA BOLAÑO, César Ricardo. **Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?** São Paulo: Paulus, 2007
- SINTONIA. Brasil: Netflix, 2019. Disponível em: <https://www.netflix.com>. Acesso em: 10 set. 2020.
- VASSALLO DE LOPES, Maria Immacolata *et al.* BRASIL: streaming, tudo junto e misturado. *In: VASSALLO DE LOPES, Maria Immacolata et al, (coord.). Modelos de distribuição da televisão por internet: atores, tecnologias, estratégias*. [S. l.]: Editora Sulina, 2019.
- VASSALLO DE LOPES, Maria Immacolata *et al.* BRASIL: tempo de séries brasileiras? *In: VASSALLO DE LOPES, Maria Immacolata et al, (coord.). Relações de gênero na ficção televisiva*. [S. l.]: Editora Sulina, 2015.
- VASSALLO DE LOPES, Mar *et al.* BRASIL: tempo de streaming brasileiro. *In: VASSALLO DE LOPES, Maria Immacolata et al, (coord.). O melodrama em tempos de streaming*. [S. l.]: Editora Sulina, 2020.

VASSALLO DE LOPES, Maria Immacolata. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. **Comunicação & Educação**, [s. l.], ed. 26, p. 17-34, 2003. DOI <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v0i26p17-34>.