

ESTRATÉGIAS DE STREAMING DE SÉRIES BRASILEIRAS NA PLATAFORMA GLOBOPLAY NO PERÍODO DE 2016 A 2018

STREAMING STRATEGIES OF GLOBOPLAY PLATFORM FOR BRAZILIAN SERIES FROM 2016 TO 2018

MARIA CRISTINA PALMA MUNGIOLI

Professora doutora na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Líder do grupo de pesquisa GELiDiS–Linguagens e Discursos nos Meios de Comunicação ECA-USP/CNPq.

E-mail: crismunglioli@usp.br

FLAVIA SUZUE DE MESQUITA IKEDA

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

E-mail: flaviasuzue@usp.br

TOMAZ AFFONSO PENNER

Doutorando no Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Pesquisador do grupo de pesquisa GELiDiS–Linguagens e Discursos nos Meios de Comunicação ECA-USP/CNPq. Realiza pesquisa de doutorado com o apoio do CNPq. De setembro de 2018 a março de 2019 realizou estágio doutoral por meio de bolsa-sanduíche da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) na Universidade do Texas, em Austin, EUA.

E-mail: tomazpenner@gmail.com

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

Enviado em: 11 de dezembro de 2018 / Aceito em: 20 de dezembro de 2018

RESUMO

O trabalho analisa estratégias de *streaming* da plataforma Globoplay para as séries brasileiras também exibidas na TV Globo de janeiro de 2016 a agosto de 2018. O artigo examina as relações entre os sistemas *streaming* e *broadcasting* e sua possível retroalimentação. Ao longo do período analisado foi possível identificar um modelo de lançamentos que subordinava o *streaming* à grade da emissora aberta. Algumas implicações dessa estratégia são discutidas neste artigo.

Palavras-chave: *Streaming*; Globoplay; Ficção televisiva.

ABSTRACT

This paper analyzes the streaming strategies of Globoplay platform for Brazilian series also aired on *TV Globo* from January 2016 to August 2018. The article examines the relationships between streaming and broadcasting systems and their possible feedbacks. Throughout the period analyzed it was possible to identify strategies of the streaming platform premieres as dependent on the schedule from the broadcasting system. In this article, we discuss some implications of this strategy.

Keywords: Streaming; Globoplay; Television fiction.

**Uma versão anterior deste trabalho foi apresentada na III Jornada Internacional GEMInIS (JIG 2018)*

INTRODUÇÃO

O trabalho analisa estratégias de exibição da plataforma Globoplay para as séries brasileiras também exibidas na TV Globo, destacando as relações entre os sistemas *broadcasting* e de conteúdo sob demanda por assinatura (*Subscription Video on Demand: SVoD*), ou de *streaming* - nome com o qual esse tipo serviço se popularizou desde a entrada da Netflix em nosso país em 2011. Enfatizamos que se trata de uma primeira abordagem realizada com os dados colhidos ao longo das pesquisas “Séries brasileiras no contexto da internacionalização e da transnacionalização: formato, gêneros e temas no período de 2015 a 2018”, realizada na Escola de Comunicações e Artes da USP¹.

Embora o objetivo deste trabalho seja apresentar apenas um recorte da pesquisa em andamento, cabe mencionar que o estudo teve como objetivo principal a análise das transformações e/ou permanências em termos de formatos e gêneros de séries brasileiras veiculadas na televisão aberta e sua inserção nos processos de transnacionalização discutidos por Sinclair (2014) entre os quais o autor destaca a glocalização. Nesse sentido, consideramos como elemento norteador do projeto a pergunta em torno de como se dá "a reelaboração do "próprio", devido ao predomínio dos bens e mensagens provenientes de uma economia e uma cultura globalizadas sobre aqueles gerados na cidade e na nação a que se pertence." (CANCLINI, 2008, p. 40). O eixo central que sustenta a discussão ao longo da pesquisa parte da articulação gênero-formato ficcional como uma das instâncias de mediação cultural (MARTIN-BARBERO, 2001) para analisar as séries ficcionais veiculadas no período de 2015 a 2018.

Os resultados parciais apresentados neste artigo referem-se a um recorte da pesquisa que se deteve nas estratégias de lançamento e exibição de séries brasileiras ao longo do período de janeiro de 2016 a agosto de 2018 nas plataformas de *broadcasting* e de *streaming* da Globo. Embora a Globoplay, lançada no final de 2015, não se constituísse como o objeto principal do projeto de pesquisa, a observação das estratégias utilizadas

¹ O projeto teve apoio da Universidade de São Paulo por meio de bolsa do Programa Unificado de Bolsas à graduanda Beatriz Garcia.

nessa plataforma se configura como uma etapa importante para a compreensão de como a maior emissora de televisão aberta brasileira busca ampliar seu alcance, em termos de público, oferecendo conteúdo audiovisual ficcional em uma plataforma de conteúdo sob demanda por assinatura.

No sistema *broadcasting*, a Globo é a principal produtora e exibidora de séries e minisséries nacionais, sendo responsável por 34 das 36 produções nesses formatos exibidas em canais abertos entre janeiro de 2015 e agosto de 2018 de acordo com dados obtidos ao longo da pesquisa em um recorte mais amplo.

1. SÉRIES FICCIONAIS TELEVISIVAS: *STREAMING*, ESPECTATORIALIDADE, GÊNEROS E FORMATOS

O contexto televisivo internacional atual é fortemente marcado pela presença do formato série e corresponde ao que Silva (2014) denomina como cultura das séries. Jost (2012), por sua vez, vê o presente momento como a emergência de uma espécie de seriefilia que poderia ser comparada à cinefilia. Essa comparação leva Mungiolli (2017) a ponderar que:

A compreensão desse fenômeno comparando-o à cinefilia possui implicações importantes que, para além da paixão pelas tramas indica o crescimento de uma cultura de séries (Silva, 2014) e não apenas o conhecimento de uma série em especial (embora isso seja também possível). Também implica a criação e o desenvolvimento de grupos especializados para assistência e discussão das séries, incluindo reuniões e encontros presenciais ou online para debates e realização de publicações (online ou impressas) que extrapolam os limites da academia, da indústria de comunicação ou dos chamados profissionais da televisão. É, portanto, a dimensão cultural e simbólica desses produtos aliada à sua importância econômica na indústria de televisão e de entretenimento em geral que tem chamado a atenção de pesquisadores e criado terreno propício para a cultura das séries (MUNGIOLLI, 2017, p. 2).

Segundo os dados coletados, no período de janeiro de 2015 a agosto de 2018, foram veiculadas 36 séries e minisséries em canais abertos de televisão brasileiros - dessas, apenas duas não foram exibidas na Globo. No primeiro ano observado, apenas a Globo produziu o formato, sete no total. Em 2016, o canal exibiu nove séries e o SBT, em parceria com a Fox, produziu *A Garota da Moto*, exibida nos dois canais. Em 2017, a Record, em parceria com o canal A&E, exibiu *Sem Volta*, enquanto a Globo apresentou 11 produções originais.

Os estudos sobre gêneros e formatos, apontando a ficção seriada de maneira geral e a telenovela em particular como os produtos audiovisuais em canais abertos mais vistos no Brasil e da América Latina, (BURNAY ET AL., 2018, p. 57) evidenciam

que as mídias tradicionais, especialmente a televisão, ainda possuem relevância no cenário cultural da região. No entanto, cabe enfatizar que o contexto atual aponta para uma multiplicidade de telas e dispositivos que amplia e, ao mesmo tempo, segmenta a recepção de conteúdos. De acordo com Miller (2014), a distribuição de conteúdos audiovisuais vive hoje uma experiência mais móvel e individualizada de consumo, adaptada, portanto, a diferentes suportes (PENNER, 2018).

Embora, neste artigo, não tenhamos a intenção de discutir as modalidades de experiência estética proporcionadas pela veiculação de ficção seriada em plataformas de *streaming*, gostaríamos de ressaltar alguns pontos que nos parecem pertinentes à discussão. Sem a imposição de uma grade de programação linear, que veicula as séries televisivas de acordo com uma frequência diária, semanal ou mensal, os serviços de *streaming* possibilitam ao espectador diversas maneiras de experiência estética que variam conforme o interesse, o tempo que ele pode dedicar à assistência dos episódios, ou mesmo em função dos dispositivos e recursos tecnológicos de que dispõe.

Nesse contexto, o chamado *binge-watching* (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2016; SACCOMORI, 2016), ou a maratona - assistência a diversos episódios, ou temporadas inteiras, em sequência ininterrupta - é uma das formas de assistência que têm chamado atenção de pesquisadores e da imprensa em geral. Porém, existem muitas outras formas de experiência estética proporcionadas por meio de usos de recursos que podem acelerar a velocidade das cenas.² Ou ainda, em uma perspectiva mais artesanal, quando o próprio espectador seleciona por meio da barra de *frames* as cenas que quer ver ou ainda com o uso de uma funcionalidade oferecida pela plataforma Netflix que permite pular a abertura das séries. Além disso, a plataforma lançou produções interativas, com opções de final para o espectador escolher, como em *Gato de Botas: preso num conto épico* (2017) e *Black Mirror* (2018).

Enfim, há uma grande ampliação de possibilidades e modalidades de espetatorialidade originadas tanto pelo avanço tecnológico de transmissão de dados e imagens pela internet, quanto pela própria aquisição de habilidades cognitivas e perceptivas derivadas de experiências estéticas do espectador face a esses produtos culturais. Schaeffer (2015, p. 54), apoiando-se em Gombrich, denomina esse movimento como “a dinâmica de *making and matching*”, que ele explica como sendo a “lógica de coevolução e adaptação recíproca entre práticas artísticas e atenção estética.”

2 Como exemplo, citamos a extensão o Video Speed Controller, que pode ser instalada no navegador conforme a matéria: Como acelerar sua maratona de séries no Netflix sem pular cenas nem episódios. Disponível em: <https://gizmodo.uol.com.br/acelerar-videos-netflix/>. Acesso em 20/02/2019.

2. ESTRATÉGIAS DE EXIBIÇÃO NA PLATAFORMA GLOBOPLAY

Frente ao crescimento do consumo de produtos midiáticos via *streaming*, corporações de mídia tradicional, entre elas as emissoras de televisão, entram no jogo proporcionando conteúdos *online* fora do habitual fluxo televisivo. É o caso, entre outros, de Globoplay, Telecine Play, HBO GO, Net NOW que permitem acesso ao conteúdo somente aos assinantes dos pacotes de TV paga ou por meio de contratações específicas. Dessa forma, disponibilizam novas formas de distribuição e consumo a seus públicos. Nesse cenário, é notável o crescimento de distribuidoras de conteúdos audiovisuais sob demanda, desenhando um cenário mais diverso e, conseqüentemente, mais competitivo - o que permite a sofisticação e diversificação dos serviços oferecidos e redução dos preços cobrados por eles.

O cenário também aponta para o aumento da internacionalização das operadoras de *streaming*, uma vez que não mais necessitam de parcerias locais para atender às demandas legais (ao menos por enquanto), como ocorre no modelo da TV a cabo. Essa dinâmica gera uma forte tendência ao crescimento de investimentos na produção de conteúdos próprios que poderão ser distribuídos a um grande número de assinantes sem contar com impedimentos legais advindos das fronteiras físicas de países ou de equipamento de redes físicas como nos modelos utilizados até então. Desse modo, as companhias de mídia ganham autonomia em seus catálogos de *streaming* e dependem menos de acordos de licenciamento com outras empresas e frequentes flutuações no mercado.

A grande moeda de troca desse modelo de negócio é a exclusividade, ou, em outras palavras, *o que somente a plataforma x ou z consegue oferecer?* Seja porque ela produziu o conteúdo ou porque tem um contrato de exclusividade para a sua exibição. Nesse sentido, as distribuidoras de *streaming* têm feito o dever de casa e fortalecido e ampliado seus catálogos com conteúdos próprios.

Cabe aqui um breve histórico da plataforma analisada. A Globoplay estreou em 03 de novembro de 2015, utilizando um novo modelo de circulação de conteúdos sob demanda: o *streaming*. A plataforma é sucessora da Globo TV+³. Como diferencial complementar em relação à transmissão via sinal de televisão, a plataforma possibilitava assistir à programação ao vivo com qualidade de imagem de 4K, superior ao oferecido até

3 A extinta Globo TV+ surgiu em setembro de 2012, como uma alternativa de fruição dos títulos da emissora. Antes dela, a única opção além da televisão era o site globo.tv, que, apesar de gratuito, disponibilizava apenas trechos da programação. Lançada utilizando um sistema de assinaturas com cobrança de mensalidade, a Globo TV+ disponibilizava os títulos da programação integralmente, desde programas de variedades, passando pelos conteúdos jornalísticos, até as telenovelas e séries, formatos mais demandados pela audiência. A sucessão de diferentes serviços de streaming ofertados pela Globo aponta a tendência à experimentação da emissora para acompanhar os movimentos de públicos cada vez mais conectados à internet e cada vez menos dispostos a passar muito tempo em frente à televisão seguindo a grade de programação tradicional.

mesmo via sinal de TV digital⁴. Inicialmente, a Globoplay abrigava programas já exibidos na Globo, incluindo telenovelas e séries, além de oferecer a possibilidade a não assinantes de acesso ao serviço para assistirem à programação exibida ao vivo na TV Globo.

Tendo como base o levantamento realizado em nossa pesquisa, foi possível observar diferentes estratégias referentes à disponibilização de episódios no serviço de *streaming* Globoplay em relação aos episódios veiculados na grade da emissora de televisão. Os dados reiteram a percepção de que são necessárias experimentações para fazer frente ao atual cenário multitelas. Dessa forma, observa-se o esforço institucional do grupo Globo de compreender a dinâmica da relação do público com as chamadas novas mídias e, ao mesmo tempo, expandir as possibilidades de exploração das produções originais da Globo no sistema de *broadcasting*. Porém, mais recentemente, gostaríamos de destacar que é possível entrever como ambas as plataformas começam a adotar estratégias de complementaridade de exibição visando a potencializar a aquisição de audiência na plataforma de *streaming* conforme tentaremos mostrar a seguir.

Em 2016, das nove séries veiculadas na TV Globo, quatro tiveram lançamento na Globoplay em data diferente da televisão. Já em 1º de janeiro, pela primeira vez, uma série da emissora foi disponibilizada primeiro na plataforma *streaming*. *Ligações Perigosas* teve o primeiro dos seus 10 episódios lançado na Globoplay no dia 1º de janeiro, três dias antes da estreia na televisão, em 04 de janeiro. Mesma estratégia usada em relação à série *Nada será como antes* (12 episódios), cujo primeiro episódio estreou na Globoplay em 23 de setembro e, na televisão, apenas em 27 de setembro. A série *Justiça* (20 episódios), teve os dois primeiros episódios lançados no dia 20 de agosto, dois dias antes que na TV Globo. Em setembro, *Supermax* teve 11 dos 12 episódios disponíveis na Globoplay quatro dias antes da estreia na TV.

Posteriormente, em 2017, das 11 séries exibidas na Globo, apenas uma foi lançada primeiro na televisão. Ainda, de forma inédita, uma série foi integralmente disponibilizada antes na Globoplay. A quinta temporada de *Cidade dos Homens*, composta por quatro episódios, foi lançada por *streaming* em 03 de janeiro, com duas semanas de antecedência em relação à estreia na Globo, no dia 17. A estratégia de disponibilizar todos os episódios, coincidindo com as práticas de plataformas de *streaming*, especialmente as que não são vinculadas a canais de televisão, como Amazon Prime Video, Netflix e Hulu, foi reiterada em outras quatro produções lançadas em 2017, a saber: *A Cara do Pai* (12 episódios), *Filhos da Pátria* (12 episódios), *Malasartes* (3 episódios) e *Entre Irmãos* (4 episódios). Saliente-se que as duas últimas são versões remontadas de longas-

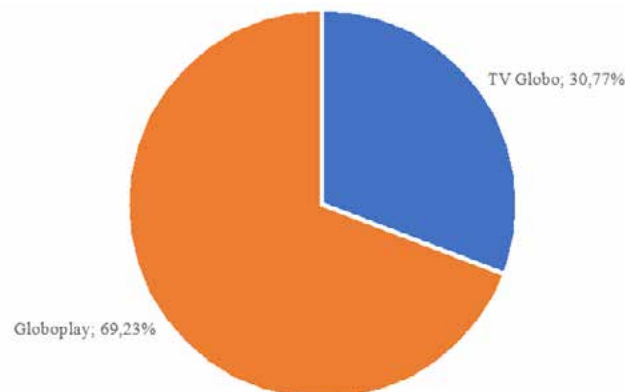
4 Cf. Globoplay: a programação da globo ao vivo ao alcance de um 'play': Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/novidades/noticia/2015/10/globo-play-programacaoda-globo-ao-vivo-ao-alcance-de-um-play-saiba.html>>. Acesso em: 30 nov.2018.

-metragens exibidos anteriormente nas salas de cinema.

Ainda em relação a *Entre Irmãs*, a minissérie estreou na Globoplay no final de 2017 (25 de dezembro), e na TV Globo em 2018, no dia 2 de janeiro. *Treze Dias Longe do Sol*, *Brasil a Bordo* e *Carcereiros* são outros casos em que as estreias nas duas plataformas ocorreram em anos diferentes. A primeira, de 10 episódios, ficou disponível na Globoplay em 02 de novembro de 2017, e na televisão foi exibido em 08 de janeiro de 2018. *Brasil a Bordo* (12 episódios) estreou respectivamente na Globoplay em 04 de maio de 2017 e em 25 de março de 2018 na TV Globo. Já a primeira temporada de *Carcereiros* (12 episódios) estreou em 08 de junho de 2017, na Globoplay, e em 26 de abril do ano seguinte, na televisão.

Em 2018, até o mês de agosto foram exibidas 7 séries no canal de televisão. Dessas, cinco estrearam primeiro na Globoplay - quatro delas, como visto acima, ainda em 2017. Apenas a “supersérie⁵” de 53 episódios *Onde Nascem os Fortes* foi lançada por *streaming* em 2018 (16 de abril), com apenas o primeiro episódio. Na TV Globo, a estreia aconteceu no dia 23 de abril. Em resumo, conforme dados coletados, das 26 séries veiculadas na Globo entre janeiro de 2016 e agosto de 2018, oito foram incluídas na Globoplay concomitantemente à exibição na Globo, enquanto 18 foram lançadas primeiro na plataforma *streaming*, com variação no número de episódios ou capítulos disponíveis e da distância de tempo entre as duas estreias. Tais abordagens podem ser mais claramente visualizadas nos gráficos a seguir:

Gráfico 1: Estreias de séries na plataforma Globoplay em relação às estreias na TV Globo – Período janeiro 2016 a agosto de 2018



5 Nome usado nas comunicações da Globo desde 2017 para se referir a ficções seriadas em temporada única e extensão mais curta que a das telenovelas tradicionais, na faixa das 23 horas, anteriormente, obras similares eram anunciadas como telenovelas. A denominação “supersérie” para produções que misturam características da telenovela e da série de origem norte-americana vem se destacando no contexto da televisão na América Latina, principalmente a partir dos exemplos da Telemundo, canal norte-americano dedicado ao público hispânico (PIÑÓN; FLORES; CORNEJO, 2015, p.332). A “supersérie” *Os dias eram assim*, exibida entre 17 de abril e 18 de setembro de 2017, somou 88 capítulos e, apesar de ser apresentada como “supersérie”, no presente documento, foi identificada com o formato telenovela, sendo desconsiderada para fins da análise proposta.

Gráfico 2: Estratégias de lançamento de episódios na Plataforma Globoplay (janeiro 2016 a agosto de 2018)

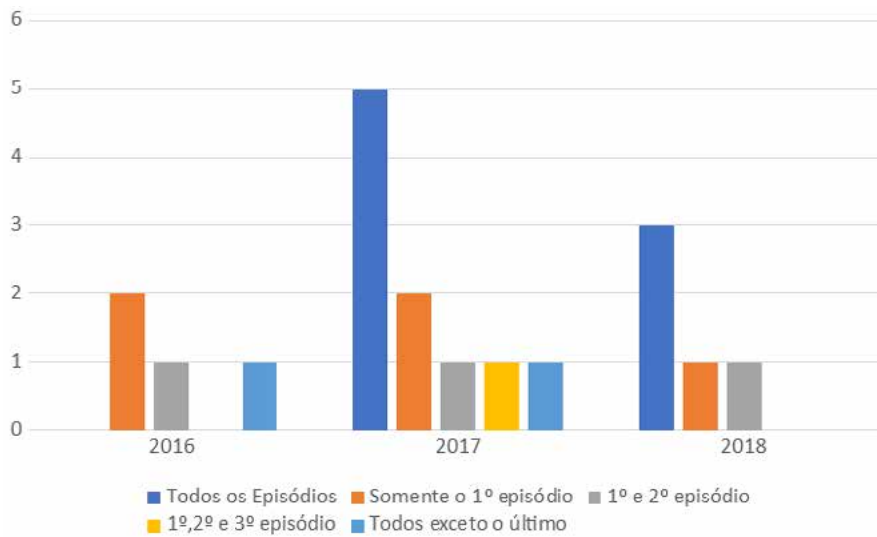
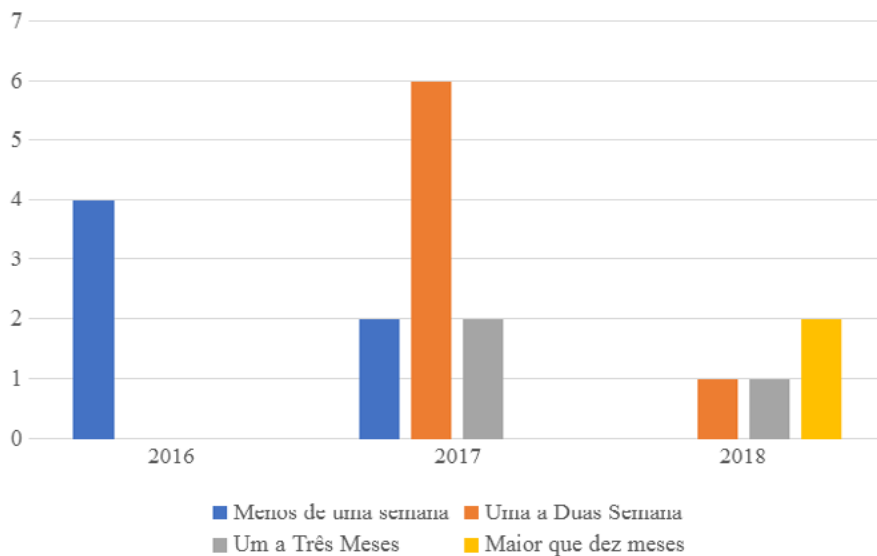


Gráfico 3: Intervalo de tempo entre as estreias na Plataforma Globoplay e TV Globo (janeiro 2016 a agosto de 2018)



Apesar de estarem fora do período analisado neste artigo, cabe enfatizar mudanças que vêm ocorrendo na plataforma. No segundo semestre de 2018, a Globoplay realizou mudanças tanto no acervo de conteúdo quanto nas estratégias de promoção de seu portfólio. No dia 27 de agosto de 2018, a TV Globo exibiu na sessão *Tela Quente*⁶, tradicionalmente dedicada a filmes, os dois primeiros episódios da série médica *The Good Doctor*, cujos demais episódios da temporada foram disponibilizados na plataforma Globoplay. Além da estratégia até então inédita de usar a programação do canal aberto para direcionar o público a um conteúdo exclusivo da Globoplay, foi a primeira série

⁶ Sessão de filmes que ocupa a faixa das segundas-feiras após a novela das 21h, compõe a programação da Globo desde 1988.

não produzida ou coproduzida pelo Grupo Globo a constar no *streaming* sob demanda. Complementarmente, a Globoplay anunciou a mudança do perfil do seu catálogo, que desde então incluiria outros títulos internacionais. A expectativa, conforme anunciado pelo executivo da Globoplay, João Mesquita, seria incluir 100 produções (originais ou não) até o final de 2018 (SACCHITIELLO, 2018).

Outras séries produzidas exclusivamente para o serviço *streaming* são *Assédio*, e *Ilha de Ferro*, ambas lançadas integralmente na Globoplay, respectivamente em 21 de setembro e 14 de novembro de 2018. Também tiveram estreia na TV Globo na faixa *Tela Quente* os episódios pilotos dessas produções, que foram exibidos, respectivamente, em 15 de outubro e em 19 de novembro. Tais estratégias reforçam o empenho da plataforma Globoplay em potencializar a aquisição de audiência de *streaming* por meio da difusão de seus produtos no sistema *broadcasting*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar da tendência a estrear produções na plataforma Globoplay a partir do segundo semestre de 2018, identificamos, no período de janeiro de 2016 a agosto de 2018, um modelo de lançamentos que subordinava o *streaming* à grade da emissora, buscando fazer com que o espectador voltasse à TV. Tal estratégia é observada quando os episódios são liberados no mesmo dia ou muito próximos da estreia na Globo, mas também quando somente um ou poucos episódios são liberados com antecedência para assinantes da Globoplay, ou ainda quando o episódio final é exibido apenas na televisão.

Novidades, como a inclusão de conteúdos internacionais e o lançamento de séries originais exclusivas para a Globoplay (SACCHITIELLO, 2018) sinalizam o interesse em testar ainda outras formas de interação entre os modelos *streaming* e *broadcasting*. A expectativa é de que o amadurecimento das estratégias e da compreensão a respeito da resposta do público permita responder à questão sobre qual janela vai ser privilegiada pelo Grupo Globo a partir do desenvolvimento de novos modelos de negócio, e como as demais plataformas serão inseridas no novo contexto.

O processo de experimentação que marca a fase atual da televisão aberta não apenas no Brasil, mas também em outras partes do mundo, mostra-se como um lócus de observação para o estudo das relações entre gêneros e formatos a partir do tensionamento entre modelos de produção, veiculação e recepção. Dessa forma, como mencionado, embora a Globoplay não fosse o objeto principal do projeto de pesquisa, a observação das estratégias de lançamento de séries se configura como uma etapa importante para a compreensão de como a maior emissora de televisão aberta brasileira

busca ampliar seu alcance, em termos de público, oferecendo conteúdo audiovisual ficcional em uma plataforma de conteúdo sob demanda por assinatura.

Além disso, cumpre destacar que os resultados obtidos por meio desse recorte do projeto de pesquisa, mostram o momento de transição que vivem os modelos de produção e veiculação tradicionais de *broadcasting* frente às novas possibilidades trazidas com a sofisticação das tecnologias de *streaming*.

REFERÊNCIAS

BURNAY, Catarina; LOPES, Pedro; SOUSA, Marta Neves de. Síntese comparativa dos países Obitel em 2017. In: LOPES, M. I. V. de; Orozco-Gómez (orgs). **Ficção televisiva ibero-americana em plataformas de vídeo on demand**. Porto Alegre: Sulina, 2018.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

CASTELLANO, Mayka; MEIMARIDIS, Melina. **Binge-Watching is the new black**: As Novas formas de espetatorialidade no consumo de ficção seriada televisiva. In: Jornada Internacional GEMInIS, 2., 2016, São Carlos. Anais...

GUSMÃO, Gustavo. Netflix deve lançar episódio interativo de Black Mirror até o fim do ano. 2018. **Olhar Digital**. Site.01 out.2018. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/noticia/netflix-deve-lancar-episodio-interativo-de-blackmirror-ate-o-fim-do-ano/78848>>. Acesso em: 30 nov.2018.

JOST, François. **Do que as séries americanas são sintoma?** Porto Alegre: Sulina, 2012.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. Poética das Séries de Televisão: elementos para conceituação e análise. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba. **Anais...** Curitiba: 2017. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2621-1.pdf>. Acesso em 27 nov.2018.

PENNER, Tomaz Affonso. A Voz da Web: construções ideológicas e representatividade em vlogs LGBT+ no Brasil. **Revista Tríade**. Sorocaba, SP, v. 6, n. 12, p. 79-94, set. 2018.

PIÑÓN, Juan; FLORES, María de los Ángeles, CORNEJO, Tanya. Estados Unidos: a indústria de televisão hispânica em uma encruzilhada. **Relações de gênero na ficção televisiva: anuário Obitel 2015**. LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; GÓMEZ, Guillermo Orozco. (coord.). Porto Alegre: Sulina, 2015.

SACCHITIELLO, Bárbara. Globoplay planeja estrear 100 novos títulos até o fim do ano. **Meio & Mensagem**. Versão Digital. 19 set. 2018. Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2018/09/19/globoplay-planeja-aestreia-de-100-novos-titulos-ate-o-fim-do-ano.html>>. Acesso em: 5 dez. 2018.

SACCOMORI, Camila. **Práticas de binge-watching na era digital: novas experiências de consumo de seriados em maratonas no Netflix**. 2016. 246 fls. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

SCHAEFFER, Jean-Marie. **L'expérience esthétique**. Paris: Gallimard, 2015.

SILVA, Marcel Vieira Barreto. Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. **Galaxia**. São Paulo, *online*. n.27, p. 241-252, jun. 2014.

SINCLAIR, John. A transnacionalização de programas televisivos na região ibero-americana. **MATRIZES**, V. 8 - Nº 2 jul./dez. 2014 São Paulo, p. 63-77.

GLOBO.COM. **Globoplay**: a programação do globo ao vivo ao alcance de um 'play'; saiba. 26 out.2015. Disponível em <http://redeglobo.globo.com/novidades/noticia/2015/10/globo-play-programacaoda-globo-ao-vivo-ao-alcance-de-um-play-saiba.html>>. Acesso em: 30 nov.2018.