



Texto licenciado sob a forma de uma licença *Creative Commons* Atribuição 4.0 Internacional



**As complexas relações arquivísticas, mercadológicas e afetivas
diante das práticas de preservação e compartilhamento do
arquivo televisivo do Grupo Globo: o caso da plataforma
Globoplay**

**Las complejas relaciones archivísticas, de marketing y afectivas
frente a las prácticas de preservación y compartición de
archivos televisivos del Grupo Globo: el caso de la plataforma
Globoplay**

**The complex archival, market and affective relationships in the
practices of preservation and sharing of the Grupo Globo
television archive: the case of the Globoplay platform**

Valdemir Soares dos Santos Neto

Doutorando e Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina. Membro do Grupo de Pesquisa em Memória, Afeto e Redes Convergentes.

E-mail: valdemirnetto@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2512-1100>

Mário Abel Bressan Júnior

Doutor em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Líder do Grupo de Pesquisa em Memória, Afeto e Redes Convergentes. Docente do programa de Pós-Graduação da Universidade do Sul de Santa Catarina.

E-mail: marioabelbj@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8309-1723>



Resumo: O presente estudo tem como objetivo elucidar as complexas relações arquivísticas, mercadológicas e afetivas diante das práticas de preservação e compartilhamento do arquivo televisivo do Grupo Globo. Parte-se da premissa de que o resgate televisivo não comporta funções estritamente ligadas ao valor arquivístico de suas produções. Assim, o estudo discorre com base no avanço exponencial da tecnologia de *video-on-demand*, em que a prática arquivística também se relaciona com o valor mercadológico e afetivo contido na disponibilização das obras audiovisuais da emissora. Como objeto de análise discorremos a respeito da plataforma de *streaming* Globoplay, responsável por tornar público o acervo audiovisual do Grupo Globo, com ênfase no projeto de retorno dos títulos antigos. O estudo se delinea por meio da abordagem qualitativa, à luz dos preceitos teórico-metodológicos do Estudo de Caso (YIN, 2015), com base em entrevistas, matérias jornalísticas, e outras fontes de investigação. Além da função arquivística dos conteúdos ofertados pelo Globoplay, os autores concluem que o arquivo exerce múltiplas funções, de diversas ordens, como a função afetiva e mercadológica, que se subalternam e garantem a sua existência.

Palavras-chaves: Arquivo televisivo; Globoplay; Memória; Televisão.

Resumen: Este estudio tiene como objetivo dilucidar las complejas relaciones archivísticas, de marketing y afectivas frente a las prácticas de preservación y exposición de archivos televisivos del Grupo Globo. Se parte de la premisa de que el rescate televisivo no incluye funciones estrictamente ligadas al valor archivístico de sus producciones. Así, el estudio se basa en el avance exponencial de la tecnología del video bajo demanda, en el que la práctica archivística también se relaciona con el valor comercial y afectivo contenido en la disponibilidad de las obras audiovisuales de la emisora. Como objeto de análisis, discutimos la plataforma de *streaming* Globoplay, responsable de hacer público el acervo audiovisual del Grupo Globo, con énfasis en el proyecto de devolución de títulos antiguos. El estudio se plantea a través de un enfoque cualitativo, a la luz de los preceptos teórico-metodológicos del Estudio de Caso (YIN, 2015), a partir de entrevistas, artículos periodísticos y otras fuentes de investigación. Además de la función de archivo de los contenidos ofrecidos por Globoplay, los autores concluyen que el archivo tiene múltiples funciones, de diferente orden, como las funciones afectivas y de marketing, que se subordinan y garantizan su existencia.

Palabras clave: Archivo de televisión; Globoplay; Memoria; Televisión.

Abstract: The study aims to elucidate the complex archival, market and affective relationships in the face of Grupo Globo's television archive preservation and sharing practices. It starts from the premise that the television recollection does not include functions strictly linked to the archival value of its productions. Thus, the study is based on the exponential advance of video-on-demand technology in which the archival practice is also related to the market and affective value contained in the availability of the broadcaster's audiovisual works. Therefore, the object of analysis is the Globoplay streaming platform, responsible for making Grupo Globo's audiovisual collection public, such as the telenovelas that constitute the cultural history of Brazilian television. The study is outlined through a qualitative approach, in light of the theoretical-methodological precepts of the Case Study (YIN, 2015) based on interviews, journalistic materials, and other investigation sources. In addition to the archival function of the contents offered by Globoplay, the authors conclude that the archive performs multiple functions of different orders, such as the affective and market function, which are subordinated and guarantee its existence.

Keywords: Globoplay; Memory; Television; Television archive.

1 Introdução

Huysen (2004) indica que somente a partir dos anos 80 o apelo à memória do telespectador, enquanto estratégia mercadológica, passou a ser observado como um grande atrativo às indústrias culturais. Holdsworth (2011) destaca que existe, dentro dessas práticas de retornos ao passado adotadas pela televisão, um certo risco calculado às instâncias midiáticas que, por meio dessa economia afetiva, buscam explorar os arquivos televisivos de maneira sistemática.

Até o final do último milênio, o compartilhamento do acervo audiovisual das

emissoras fora explorado de maneira restrita pelas indústrias televisivas. Isso se dá em decorrência de diversos motivos que perpassam desde a precariedade técnica dos equipamentos à falta de infraestrutura para armazenamento e de logística para distribuição em larga escala desses materiais. Acontece que, nos últimos anos, as diversas transformações acometidas ao ecossistema midiático, em especial com a popularização da internet e do *streaming*, trouxeram também novas possibilidades para se pensar no compartilhamento desse(s) passado(s) na contemporaneidade. Principalmente quando discorremos acerca dos meios e mecanismos de circulação desses arquivos audiovisuais em um cenário cada vez mais convergente. Elias e Pereira Júnior (2002) observam que tais mudanças ocorrem quando as emissoras passam a contar com mais recursos e, assim, a investir na ampliação do espaço para armazenar suas imagens, criando e informatizando seus arquivos.

Nesse cenário, destacamos aqui os esforços do Grupo Globo, entendido como um dos maiores conglomerados midiáticos da América Latina e que sempre se antecipou às mudanças tecnológicas, visando tornar os seus acervos audiovisuais acessíveis ao grande público. Durante os últimos anos, a organização mobilizou diversos suportes com vistas a atender a uma demanda antiga dos seus telespectadores. Entretanto, somente na última década, com o lançamento do Globoplay, plataforma de *streaming* do Grupo Globo, parece-nos possível compreender a mobilização do arquivo televisivo para além do seu caráter arquivístico e com fins de catalogação e preservação da história da emissora e suas subsidiárias – em especial quando consideramos as telenovelas, um legítimo produto cultural brasileiro.

Bressan Júnior (2019) observa que as telenovelas antigas possuem um valor imensurável para as indústrias televisivas. Ao resgatar imagens e personagens do passado, a televisão possibilita o acionamento de uma memória teleafetiva, que condiciona esse telespectador ao consumo. No *hall* dos estudos sobre memória e nostalgia, são diversas as contribuições que nos evidenciam a espessa relação entre as estratégias de operacionalização e manuseio do arquivo audiovisual e as possibilidades de interpelar o telespectador, utilizando-se desses materiais via memória teleafetiva. Movimentos esses que resultam em um mercado da nostalgia crescente e que reconfigura as dinâmicas de produção e circulação de produtos audiovisuais (GOULART RIBEIRO, 2018).

Desse modo, o presente estudo parte da premissa de que o arquivo televisivo comporta funções para além do seu caráter arquivístico e memorialístico. Dentro de nossas postulações, observamos que a prática arquivística também se relaciona com a dimensão afetiva e, sobretudo, mercadológica, e que essas se subalternam e garantem condições de subsistência do próprio arquivo.

Nessa direção, buscaremos neste estudo elucidar as complexas relações arquivísticas, mercadológicas e afetivas diante das práticas de preservação e compartilhamento do arquivo televisivo do Grupo Globo. Afinal, de que maneira o Grupo Globo mobiliza os arquivos televisivos de suas telenovelas face ao avanço do *streaming* na plataforma Globoplay? Poderíamos compreender o retorno desses arquivos que compõem o vasto acervo audiovisual da organização para além da função arquivística?

Como enquadramento teórico-metodológico, este estudo se delinea por meio da abordagem qualitativa, à luz dos preceitos teórico-metodológicos do Estudo de Caso (YIN, 2015), com base em entrevistas, matérias jornalísticas e outras fontes de investigação. Inicialmente, pretendemos delinear um percurso cronológico, de modo a contextualizar os desafios e as dificuldades em que pesem às práticas de compartilhamento do acervo audiovisual televisivo até o atual momento em que se encontra o nosso objeto de estudo.

2 Práticas de arquivamento e compartilhamento do arquivo televisivo

O presente tópico se delinea através de uma abordagem descritiva com vistas a contextualizar o atual cenário do Globoplay. Julga-se necessário traçar um percurso cronológico, contextualizando os desafios e as dificuldades em que pesem às práticas de compartilhamento do acervo audiovisual televisivo.

Nota-se que até o início da década de 80 pouco se questionava sobre o armazenamento e o compartilhamento das obras produzidas pelas emissoras televisivas com o grande público. No entanto, necessitamos relativizar tal fato, tendo em vista que a infraestrutura das indústrias televisivas da época apresentava certa deficiência no que diz respeito ao armazenamento dos títulos produzidos por essas instâncias midiáticas (MATTOS, 1990). Deve-se ressaltar, também, que a precariedade dos suportes tecnológicos da época inviabilizava as práticas de compartilhamento dessas produções em larga escala, restringindo-se à grade de programação das emissoras.

No que diz respeito ao compartilhamento da memória da televisão com o público, cabe mencionar que durante as etapas iniciais da expansão da tevê no país, inúmeras produções audiovisuais foram constantemente censuradas por agências reguladoras (MATTOS, 1990). Nesta conjuntura, a televisão defrontava-se com inúmeros desafios, como garantir sua operacionalização fornecendo produtos autênticos que refletissem a sociedade vigente. Desse modo, o retorno de produtos televisivos até esse período não fora observado pela emissora como uma estratégia midiática.

No caso específico do Grupo Globo, os primeiros movimentos acontecem em 1980, com a estreia do *Vale a Pena Ver De Novo*, faixa do período vespertino exclusiva

às reprises de telenovelas da emissora. Com o lançamento do programa *Video Show*, a emissora busca explorar os conteúdos ofertados anteriormente em quadros dedicados à rememoração de personagens, bastidores e figuras marcantes da televisão. Foram várias reformulações ao longo dos anos até o programa ser descontinuado em 2019. Nesse sentido, a utilização do acervo televisivo no Brasil, enquanto estratégia de apelo à memória do telespectador, organizou-se inicialmente por meio das próprias condições ofertadas pela indústria televisiva.

Até meados da década de 70, as produções audiovisuais ficavam sob guarda das emissoras, geralmente alocadas em grandes galpões físicos. No entanto, esse panorama começa a ser repensado assim que a televisão, em especial à TV Globo, inicia um novo ciclo rumo à internacionalização, com as exportações de suas obras para diversos países da América Latina (MATTOS, 1990). Até o final de 1987, a emissora havia atingido um total de U\$20 milhões decorrentes das exportações. Aliás, cabe ressaltar que a venda dessas produções para empresas estrangeiras exercera um legado importante no que se refere à preservação de inúmeras obras que, posteriormente, teriam seus materiais originais dizimados, em decorrência de fatores adversos, como observaremos adiante.

Com a consolidação das telenovelas nos lares brasileiros, em especial em virtude das telenovelas da TV Globo, a televisão passou a receber influência do governo para nacionalizar a programação televisiva. Mattos (1990) destaca, por exemplo, que em março de 1978 cerca de 48% da programação exibida em toda a TV brasileira era importada. Produtos “enlatados” advindos majoritariamente de países como Estados Unidos, México e Cuba não refletiam o cenário social do país, reforça o autor. Ademais, numerosas telenovelas produzidas em solo brasileiro também foram produzidas a partir de textos oriundos de enredos cubanos ou mexicanos. E, com isso, notou-se uma pressão enorme por parte do governo visando tornar a grade de programação da televisão brasileira cada vez mais nacionalizada.

Além dessas questões ligadas à expansão da televisão, em que pesem às práticas de preservação da memória televisiva, destaca-se também que a falta de recursos se configurou como um fator crucial para o manuseio e preservação dessas obras audiovisuais. Até o início dos anos 60, a maioria das transmissões televisivas eram realizadas em tempo real. Tal enquadramento televisivo começa a se reconfigurar na década de 60, dadas as condições técnicas possibilitadas com o advento do *videotape*. Nesta perspectiva, Brittos e Kalioske (2009) argumentam que, com o uso dessa nova tecnologia, “a televisão passa a reproduzir cenas remotas em momento presente, que, por sua vez, ao serem geradas como atuais, acabam por estagnar a relação de espaço e tempo dos teleprodutos, maximizando, assim, sua vida útil” (*op. cit.*, p. 101).

Entretanto, a falta de recursos financeiros e o alto custo desses materiais obrigavam as instâncias televisivas a importarem esses produtos em pouca quantidade e os reutilizarem, posteriormente. Felício destaca que “como as fitas eram muito caras e, a televisão ainda estava longe de ter verbas milionárias como tem hoje em dia, a palavra de ordem era reutilizar” (2020, s/p). Nesse sentido, muitas produções foram extintas dos acervos das emissoras em função dessas práticas de reutilização que dava vazão a outros produtos.

Somente com a consolidação dos grandes parques industriais tecnológicos no país, em meados da década 80, é que o videocassete doméstico se expandiu em todo o território nacional. Entretanto, conforme Vieira (2020), com a chegada da fábrica da Sony no país, em 1982, as práticas caseiras de gravação haveriam de se tornar uma grande preocupação às emissoras num momento posterior.

Segundo o autor, “os videocassetes da Sony, assim como outros produtos de bens culturais, se sentiam ameaçados pela vulgarização das formas de reprodução caseira, o que levavam a uma inquietação nos âmbitos jurídico e econômico” (VIEIRA, 2020, p. 62). A partir desse momento, o telespectador ganha mais “autonomia” para gravar e assistir os seus produtos sem depender dos agendamentos midiáticos. Isto é, sem depender do fluxo televisivo. Vale ressaltar que se tratava de uma “autonomia” que desafiava os ditames éticos-legais acerca da propriedade intelectual dessas obras e do compartilhamento indevido desses conteúdos. Embora estas práticas também oportunizassem às indústrias midiáticas um aparato tecnológico possível com vistas à preservação de suas produções, o videocassete, sob a qualidade de pirataria, tornou-se mania nacional.

A propósito, cabe destacar também que, dentro destas condições de preservação das telenovelas do Grupo Globo, os incêndios acometidos às emissoras acarretaram danos irreparáveis aos acervos audiovisuais. Esses danos comprometeram boa parte do material televisivo do Grupo Globo, visto como um patrimônio cultural da história da televisão brasileira. No país, os incêndios em sedes de emissoras se tornaram recorrentes nas décadas de 70 e 80. Desde a fundação da Rede Globo, em 1965, quatro incêndios (1969, 1970, 1971 e 1976) de grande magnitude comprometeram parte do material televisivo da emissora. Nesses imprevistos, incalculáveis materiais foram dizimados. Em 1969, todo o equipamento da TV Bandeirantes fora destruído durante um incêndio de proporção descomunal. Em 1986, outro incêndio destruiu 90% dos equipamentos da TV Cultura. Além dessas, outras emissoras também tiveram parte de seus acervos danificados em decorrência de outros incêndios.

Notadamente, deve-se destacar neste trabalho o esforço de numerosos grupos de pesquisa, organizações não governamentais e outras instituições, comprometidas

com o resgate histórico desses conteúdos que fazem parte do patrimônio cultural brasileiro. Destacamos todo este percurso, de modo a se pensar nos inúmeros desafios a que essas indústrias sucumbiram, no que se referem às práticas de preservação e compartilhamento de seus acervos.

No entanto, de acordo com Felício (2020), com a escassez destes materiais por parte das emissoras, diversas produções se tornaram consumíveis nos dias de hoje graças aos pioneiros e apreciadores da televisão brasileira. Muitas obras existentes foram recuperadas de acervos caseiros de telespectadores, decorrentes das práticas de gravação em fitas cassetes. Como veremos mais adiante, a chegada dos novos suportes tecnológicos possibilitou que estas produções pudessem ser digitalizadas e, posteriormente, compartilhadas através de outros dispositivos e em outras mídias.

Dentro destas condições, observa-se que o grande público da televisão de massa ainda se encontrava dependente dos agendamentos midiáticos e das lógicas de predileção dessas indústrias. Pensa-se aqui em uma noção de “agenciamento memorialístico” – a televisão agencia quais lembranças devemos lembrar e esquecer, com base nas premissas e interesses particulares que regulamentam seu funcionamento. Somente com a chegada dos novos suportes tecnológicos é que o compartilhamento dessas obras e, em grande parte, a força exercida pelo telespectador na busca por esses materiais começa a ser repensado. No próximo tópico apresentamos um recorte deste percurso cronológico adotado pelo Grupo Globo em torno das práticas de compartilhamento do seu acervo audiovisual com o público.

2.1 Um breve percurso cronológico

Até o início dos anos 2000, a instrumentalização da memória do Grupo Globo ainda permanecia muito restrita, geralmente explorada em janelas exclusivas, como é o caso do *Vale a Pena Ver De Novo* (GOULART RIBEIRO, 2018). No momento em que as novas tecnologias começam a adentrar nos lares brasileiros, as práticas de compartilhamento dos títulos antigos da emissora começam a ser repensadas. Apesar da chegada da internet ter acelerado as possibilidades de consumo audiovisual, que ainda se delineava em ritmo lento no país, foi com a popularização do *Digital Versatile Disc* (DVD) que a disponibilização do acervo televisivo da Rede Globo começou a ter um apelo mercadológico evidente.

Em 2003, o Grupo Globo lança o Globo Media Center como a primeira plataforma de vídeos *on-demand* (sob demanda) do Grupo Globo (MÉDOLA, 2006). Com uma interface pouco intuitiva, o serviço consistia em um esforço do setor de

Tecnologia e Informação em tornar disponíveis as produções da época e boa parte do acervo da emissora. Anos depois, o Globo Media Center passou por um reposicionamento de mercado, sendo operacionalizado posteriormente sob o nome de Globo Vídeos (FISCHER, 2008).

Embora a pirataria se caracterize como uma prática ilegal, a busca do telespectador pelos títulos antigos da emissora movimentou o mercado clandestino da memória televisiva durante anos. O advento dos novos aparatos tecnológicos, como a gravação em mídias removíveis (DVDs, *Hard Disks*), acentuou as práticas de compartilhamento dessas telenovelas com o grande público.

No âmbito digital, o *download* ilegal de produções audiovisuais espalhou-se por todo o mundo nas últimas décadas. Já em 2007, por exemplo, diversos títulos encontravam-se disponíveis em diferentes fóruns e blogs na internet. A título de exemplificação, o serviço de compartilhamento de arquivos via P2P (*torrent*) permitia ao usuário baixar acervos completos de telenovelas e outras produções audiovisuais em minutos. Com o avanço dos serviços de inteligência artificial e de ações específicas organizadas por diversos países ao redor do mundo, até o final de 2010, diversas operações foram realizadas como forma de inibir e mitigar o avanço destas práticas de compartilhamento (OPERAÇÃO..., 2016) – e que permanecem até os dias atuais.

De acordo com um levantamento feito em 2011 pelo Jornal Folha de São Paulo (MATTOS, 2011), a comercialização de telenovelas em DVD tornou-se um fenômeno em fóruns na internet e, inclusive, em centros populares. Produções como *Roque Santeiro* (1985) e *O Rei do Gado* (1996-1997), além das *sitcoms Sai de Baixo* (1996-2002) e *Os Normais* (2001-2003), dentre outras, eram facilmente encontradas em camelódromos¹. O sucesso desse tipo de prática talvez possa ser justificado pelo massivo interesse do público em ter acesso a esses conteúdos.

Tendo em vista a demanda crescente dos telespectadores neste mercado mnemônico, em 2011 surge o portal Globo Marcas Digital. Na tentativa de frear o comércio ilegal desses produtos, e de modo a facilitar o acesso a essas produções, o Globo Marcas Digital se propôs a fornecer uma nova experiência de consumo aos seus usuários. De acordo com José Luiz Bartolo, diretor de licenciamento da TV Globo na época, o objetivo da plataforma consistia em “ampliar o ciclo de vida dos programas” para além das telinhas (GLOBO..., 2011).

Nesta configuração, o usuário podia comprar suas produções e baixá-las para

¹ O termo camelódromo é utilizado para se referir aos centros de comércio popular, geralmente conhecidos pela oferta de produtos importados, porém com baixo valor agregado. No Brasil, os camelódromos ainda se constituem como espaços de comercialização bastante comuns. Nesses espaços, geralmente são comercializados filmes, álbuns musicais, e outros produtos pirateados.



assistir através de um aplicativo desenvolvido exclusivamente para esse tipo de serviço. Tratava-se de uma tentativa em atender ao interesse do público em remorar suas produções favoritas, ao passo que garantisse o acesso legal a essas obras, preservando a propriedade intelectual das partes correspondentes.

No entanto, com a popularização da banda larga no país, o consumo audiovisual em rede e, principalmente – tendo em vista as práticas de compartilhamento ilegal –, a disseminação criminosa destes produtos na internet tomaram proporções exponenciais. Até o início de 2011, as práticas de compartilhamento de novelas antigas em plataformas de *streaming* (YouTube, Vimeo) se popularizaram de forma vertiginosa. Qualquer usuário poderia *ripar*² e disponibilizar os arquivos televisivos, sob a condição de produtos caseiros, para *download* ou visualização em serviços de *streaming*. Os blogs e as comunidades nas plataformas sociais também contribuíram para o impulsionamento da prática. Tendo em vista a escassez de alguns produtos, determinadas produções passaram a ser comercializadas dentro destas comunidades e, em muitos casos, a escassez dessas obras tornava o produto ainda mais raro. Assim, quanto mais raro o título, mais elevado o custo (MATTOS, 2011).

Desse modo, com a consolidação de plataformas de *streaming* no país, muitos usuários buscaram subterfúgios para assistir produções antigas nesses espaços, visto que diversos repositórios ilegais (sites de compartilhamento P2P) foram desmantelados graças aos esforços dos serviços de inteligência. Para contornar essas práticas, em 2007, o Google divulga uma tecnologia chamada *Content ID* – sendo utilizada até os dias atuais (LI; AUCHARD, 2007). O objetivo da ferramenta consiste em uma espécie de “etiquetagem” dos produtos audiovisuais. Quando um vídeo é enviado à plataforma, a tecnologia analisa o conteúdo de modo a impedir o uso indevido de conteúdos autorais protegidos por lei.

Atentando-se a esses movimentos ilícitos, em 2011 o Globosat³ anunciou uma parceria exclusiva com a Net, provedora de TV por assinatura no país (BRENTANO, 2011). Dessa parceria surgiu o site Muu, um portal online desenvolvido pela Globosat. O serviço disponibilizava acesso aos conteúdos exibidos pela Rede Globo e outras emissoras do conglomerado televisivo (SporTV, GNT, entre outras). Neste primeiro

² Termo muito utilizado em fóruns e blogs na internet. O verbo *ripar* é um neologismo da língua inglesa, deriva do verbo *to rip* que, em tradução literal, significa “extrair”. Com a chegada dos dispositivos eletrônicos de gravação (videocassetes, *softwares* de gravação, entre outros), era possível gravar a tela dos monitores em arquivos digitais.

³ Lançada em 1991, a Globosat é considerada a primeira programadora de televisão por assinatura a atuar no Brasil. Inicialmente, o serviço operava com quatro canais, sendo: GNT, Top Sports, Multishow e Telecine. Com a ascensão da oferta do serviço no país, gradativamente outros canais foram sendo adicionados ao mix de produtos da programadora. Cabe ressaltar que a empresa ampliou as ofertas de seus produtos para a televisão aberta, como o lançamento dos canais: Futura (1997-presente) e o Canal Brasil (1998-presente).

momento, o acervo da plataforma consistia na catalogação de programas compreendidos em duas décadas. Entretanto, o serviço esteve disponível apenas aos assinantes da programadora NET, e toda a infraestrutura do acervo audiovisual era fornecida pela Globo.com (VELOSO, 2011). De acordo com a definição atribuída pela programadora, os primeiros passos em relação à oferta de serviços de vídeos *on-demand* começam a ser repensados com a chegada do Muu⁴.

Cabe ressaltar que até o final de 2011 os trâmites para disponibilizar parte do acervo televisivo ao grande público eram vistos como um esforço plausível do Grupo Globo. Recorrer à memória do telespectador demonstrou ser uma estratégia lucrativa face a essa busca pelo arquivo. Com o lançamento do canal Viva, em nosso modo de ver, o Grupo Globo havia entendido o interesse do público em rememorar o passado (BRESSAN JÚNIOR, 2019). No entanto, as reconfigurações do ecossistema midiático brasileiro pressionavam não apenas o Grupo Globo, como também as indústrias televisivas de modo geral.

O Canal Viva atuou de forma a viabilizar este desejo antigo do público no que se refere à rememoração das diversas produções televisivas (BRESSAN JÚNIOR, 2019). Porém, nota-se que toda a programação em fluxo contínuo atuava como um entrave no controle das práticas de compartilhamento e consumo ilegal. Com o mercado de *streaming* em alta, o público tornara-se ainda mais autônomo em relação ao fluxo televisivo.

Justapondo-se às expectativas do público em meio à ascensão deste novo segmento no país, a partir de 2012, o Globo.tv+, vertente do portal Globo.com, configurou-se essencialmente necessário para tornar a programação televisiva descentralizada e próxima ao controle do usuário (GLOBO..., 2015b). Inicialmente, o serviço fora direcionado apenas aos residentes de cidades do Estado de Minas Gerais, como um protótipo inicial. Para ter acesso ao serviço, o usuário necessitava criar uma conta na Globo.com e adquirir um plano de assinatura mensal no valor de R\$12,90. O serviço possuía determinadas limitações. Como noticiado pelo portal de notícias da emissora, a plataforma se delineia, em um primeiro momento, como um projeto piloto, de modo a identificar as oportunidades do segmento de *streaming* e para fins de ajustes técnicos e operacionais (VENTURA, 2012).

Ampliando sua participação no segmento de vídeos *on-demand*, sob a qualidade de *streaming*, em 2013 houve um aumento na oferta de produtos subsidiados pelo Grupo Globo. Filmes nacionais e internacionais passaram a ser disponibilizados na íntegra através do Telecine Play. No mesmo ano ocorreu o lançamento do Philos –

⁴ Em 2014, a Globosat decretou o fim da plataforma Muu. (GLOBOSAT..., 2014).



plataforma de *streaming* destinada à preservação e distribuição de documentários. Ao todo, o Philos⁵ reuniu um acervo com mais de 600 documentários exclusivos (SOBRE..., s/d).

A propósito, com a chegada da televisão digital no país em 2007, regulamentada pelo decreto 5.820, de 19 de junho de 2006, a consolidação dos serviços de *streaming* parece caracterizar, cada vez mais, o futuro da televisão no país. Conforme previsto nas diretrizes estabelecidas pelo Ministério das Comunicações, o desligamento da TV analógica deverá atingir sua completude até final de 2023 (SINAL..., 2021). Trata-se de um período destinado à melhoria dos aparatos tecnológicos das produções audiovisuais e aos aspectos técnicos relacionados à transmissão e oferta de conteúdo em todo o território nacional. Neste cenário, a digitalização da televisão no país trouxe novas perspectivas em relação ao consumo televisivo e, principalmente, em torno das possibilidades de revisitação à memória televisiva.

Com base nesse breve percurso cronológico, pretendemos avançar na discussão pensando nas potencialidades no/do arquivo televisivo neste contexto convergente, como discutiremos no próximo tópico.

3 Potencialidades no/do arquivo televisivo

Antes de nos aprofundarmos em nosso objeto de estudo, acreditamos ser válido evidenciar, com base em outros objetos culturais e midiáticos, como os arquivos televisivos são explorados pelas indústrias culturais. Em verdade, o que pretendemos neste tópico é relacionar as práticas de preservação e compartilhamento do arquivo televisivo do Grupo Globo atreladas às demandas e aos anseios do público em rememorar tais produtos audiovisuais.

Com base nos dados apresentados, fica evidente o desejo do público de rememoração dos arquivos que compõem a memória do Grupo Globo – que não apenas pelo viés do fluxo televisivo. Na medida em que as mídias disruptivas emergem no contexto sociotecnológico vigente de cada época, o acesso a esses produtos torna-se facilitado.

Nos últimos anos, graças às soluções de vídeo *on-demand* (sob demanda), às práticas de preservação e ao compartilhamento do material audiovisual televisivo, as relações de consumo entre as indústrias televisivas e seus telespectadores tornaram-se

⁵ Descontinuado em 2020, hoje todo o acervo audiovisual do serviço encontra-se disponível para consumo apenas no Globoplay.

menos complexas, oportunizando ao usuário um certo poder de agenciamento dos títulos a serem consumidos em virtude dessa “democratização” do arquivo televisivo por parte da televisão.

Nesse sentido, ao se desprender do fluxo unidirecional televisivo, as plataformas de *streaming* possibilitaram que os conteúdos audiovisuais dessas instâncias midiáticas se tornassem rapidamente compartilháveis – assim como acontece com os arquivos digitais –, o que até meados dos anos 2000 ainda era visto como um grande problema.

Entretanto, a dificuldade em se ter acesso a determinados produtos e o alto valor agregado desses materiais dada a sua escassez não foram suficientes para barrar a pirataria nos anos seguintes, com a explosão da internet no país. Nota-se que com um telespectador cada vez mais cativo das plataformas digitais, o usuário passou de uma postura parasitária, dependente dos agendamentos midiáticos, para uma posição mais ativa em detrimento dos produtos ofertados por essas indústrias televisivas (LIPOVETSKY; SERROY, 2009).

Quando tratamos do valor afetivo que o arquivo televisivo comporta, basta consideramos as diversas estratégias realizadas pelo telespectador na busca pelo prazer ao reassistir às inúmeras obras que compõem o acervo do Grupo Globo. A busca pelo arquivo audiovisual motivou as indústrias a investirem em tecnologia de ponta com vistas ao endosso afetivo contido nesses produtos e que, conseqüentemente, refletem no consumo. Nesse sentido, temos observado que a interação entre o arquivo televisivo e as demandas do público se configuram, enquanto prática mercadológica e midiática, e se retroalimentam, possibilitando também que o arquivo seja percebido como forma de preservação e compreensão da história da televisão brasileira.

De tal modo, entende-se que a disponibilização desses arquivos deve ser entendida para além do seu caráter arquivístico e com fins de catalogação e preservação da história da emissora. Como bem observa Holdsworth (2011), existe, sobretudo, uma dimensão socioafetiva nas práticas de compartilhamento do passado com o telespectador. Na perspectiva da autora, o arquivo televisivo traz consigo sensações e vibrações, como também defende Bressan Júnior (2019) a respeito da memória teleafetiva.

Rememorar o arquivo possibilita ao telespectador um retorno seguro ao passado. Não pretendemos problematizar neste estudo a questão social da memória, nem os conflitos e interesses das instâncias culturais envolvidas nesse processo. Entretanto, se a televisão busca meios de garantir a sua subsistência, deve-se acrescer a esse fato que tal movimento realizado pelas indústrias televisivas não emerge tão somente para atender uma demanda histórica, cultural. Graças às contribuições de

autores no âmbito dos estudos da memória e da nostalgia passamos a enxergar o acesso a esses arquivos sob uma nova perspectiva, seja teórica ou empírica.

Para tanto, entendemos ser necessário compreender o consumo do arquivo televisivo para além dos ditames burocráticos e técnicos. É preciso ampliar as nossas perspectivas em relação aos outros atributos inseridos no ato da preservação/reexibição, visto que essas outras ações, como o caráter mercadológico, também condicionam a existência dos acervos audiovisuais, bem como o seu compartilhamento. Assim como se observa com o Globoplay e outras instâncias comunicacionais, tratam-se de relações de diversas naturezas, que subalternam interesses e funções de caráter arquivístico, mercadológico e afetivo.

Ao olhar para a percepção dos telespectadores em relação ao retorno dos arquivos audiovisuais, Bressan Júnior (2019) observou que esses produtos não exercem apenas a função de preservar o passado. Os registros audiovisuais, ao serem disponibilizados para o grande público, via televisão, também atuam de maneira a evocar e provocar sensações e sentimentos que se tornam prazerosas para quem consome. Isto é, do ponto de vista sociológico, há um interesse por parte das indústrias na busca por esse acionamento da memória afetiva; no resgate de lembranças que compõem as memórias de seus telespectadores, sejam elas de caráter individual e coletivo, e que podem condicioná-los ao consumo. Vemos, por esta perspectiva, que o arquivo exerce a função arquivística, inserida dentro dessa “biblioteconomia” dos arquivos televisivos, contudo, vemos também que os mesmos arquivos mobilizam o consumo via memória afetiva.

Para Bressan Júnior (2019), a memória teleafetiva comporta um valor imensurável. O desejo em retornar ao passado, as experiências e os sentimentos evocados por essa revisitação demonstram a importância das estratégias midiáticas na evocação das memórias afetivas. Cada vez mais temos observado as estratégias de uso e reuso do passado, enquanto estratégia midiática. De certo modo, pode-se concordar que a função arquivística, embora seja estritamente essencial, em nosso entender, passa a ser entendida como uma função secundária – ainda que a mesma se caracterize como parte fundamental do processo de registro e preservação da história da televisão.

Diante de todos os desafios e projetos realizados pelo Grupo Globo, parece-nos possível defender que, até o presente momento, o Globoplay demonstra estar sincronizado com os anseios do público e com a questão da preservação dos registros audiovisuais da televisão brasileira. O arquivamento da televisão, possibilitado pelos mecanismos de digitalização, tem reconfigurado o vínculo que se estabelece entre o telespectador e a televisão (CAJAZEIRA; SOUZA, 2020). São muitas as obras que estão



disponíveis na plataforma desde o seu lançamento, o que nos leva a questionar em que medida a disponibilização desses arquivos torna-se oportuna ao Grupo Globo como base de suas estratégias mercadológicas.

Para tanto, no próximo tópico apresentaremos um breve panorama sobre o surgimento do serviço, funções mercadológicas, delineando pontos importantes de sua existência e que nos ajude a responder as questões propostas neste estudo.

3 Possibilidade(s) de preservação e compartilhamento do arquivo televisivo: o caso Globoplay

Lançado em 2015, o Globo Play⁶, plataforma de *streaming* do Grupo Globo, inicia suas operações com vistas a atender quatro demandas principais: 1) ampliar a oferta televisiva da grade linear da emissora por meio da transmissão simultânea (*simulcasting*); 2) aumentar a produção de conteúdos originais sob a chancela Globoplay; 3) atuar como repositório das produções exibidas ao longo da programação linear (*catch-up*); e 4) disponibilizar na íntegra o acervo de produções audiovisuais de atrações que fizeram sucesso na emissora (GLOBO..., 2015a). Estas duas últimas, notoriamente, com um viés voltado para a preservação da memória da emissora, tornando público aquilo que é produzido e veiculado pela televisão.

Além das transmissões em tempo real (*simulcasting*) da programação da Rede Globo, no lançamento o serviço contava com cerca de 80 títulos antigos, entre telenovelas e outras produções que fizeram grande sucesso na programação da emissora. Sob a seção “Replay”, o assinante tinha à disposição um número limitado de conteúdos (telenovelas, séries) que poderiam ser acessados nos mais variados dispositivos: *smartphones*, *smart TVs*, entre outros (GLOBO..., 2015c).

Visando reter a atenção do público, nesta primeira fase do lançamento, o Globoplay mobilizou estratégias mais audaciosas em comparação aos demais serviços anteriores do Grupo, uma vez que o vasto acervo audiovisual da emissora se prefigura como seu grande diferencial competitivo. Contrapondo-se ao serviço do Globo Marcas Digital, que atuava na comercialização de produtos específicos, o Globoplay começa a operar com um modelo de negócio bastante similar à Netflix – por meio do regime de assinatura, que possibilita ao usuário tornar-se assinante da plataforma e ter acesso aos conteúdos exclusivos nela disponibilizados (VIEIRA; MURTA, 2017).

⁶ Inicialmente o serviço tem o nome de “Globo Play”. Somente em 2018, após um *rebranding*, os nomes se fundem (SANTOS NETO; STRASSBURGER, 2019).

Embora o Grupo Globo tenha uma política de dados bastante restrita no que compete ao compartilhamento de informações mercadológicas, um levantamento feito pela Fundação Getúlio Vargas em parceria com a Conviva projetava uma base de assinantes estimada em 20 milhões usuários, até o segundo semestre de 2020 (SOUZA, 2020). Somente no primeiro ano de lançamento, a plataforma atingiu a marca de cerca de 9,5 milhões de *downloads* (GLOBO..., 2016).

Dentro dos esforços do compartilhamento das produções do Grupo Globo do analógico para o digital, sob nosso entendimento, acreditamos que o Viva Play⁷, antes da chegada do Globoplay, fora entendido como o projeto mais contundente em que pesem à preservação e à catalogação do acervo audiovisual da emissora através do streaming, ao transpor as reprises exibidas na televisão para a plataforma. Sobretudo, quando pensamos em políticas de compartilhamento e preservação do arquivo televisivo, nota-se que, a partir deste momento, surge um novo tipo de operacionalização do arquivo televisivo, que se coloca de maneira viável às indústrias e ao público. Vemos, portanto, que, diante dessa nova configuração, a memória televisiva torna-se mais democrática⁸. Assim, a partir dessa nova gramática comunicacional, em nosso entender, a memória afetiva do telespectador parece ganhar um novo estatuto.

Ainda que seja de conhecimento o interesse do Globoplay em se consolidar como uma instância produtora de conteúdo, o que se observa é a força dos títulos antigos dentro das estratégias de crescimento da plataforma no país. Em entrevista ao *Wired Conference 2021*, Erick Brêtas (2021), diretor de mídia do Globoplay, argumenta que o vasto acervo televisivo de produtos, sob a chancela do Grupo Globo, tem alcançando bons números em termos de audiência. Segundo ele, o que diferencia a plataforma de suas demais concorrentes são os conteúdos produzidos ao longo dos anos pelo Grupo Globo.

Nós temos o catálogo brasileiro mais relevante, de longe. A gente tem todas as novelas da Globo. Estamos resgatando, inclusive. Tudo o que foi produzido pela Globo de 2010 em diante, está no Globoplay. E o que foi produzido antes já tem uma parte boa que já está, e tem uma parte que estamos resgatando (BRÊTAS, 2021, 08min59s).

⁷ Plataforma de vídeos online do canal Viva.

⁸ Quando se conjectura a utilização da expressão “democrática”, faz-se necessário considerar quais as possibilidades de acesso às memórias televisivas são oportunizadas pelas indústrias. Como observado, dentre os serviços previamente existentes, o Globoplay tem ampliado sua oferta ao público graças ao valor da assinatura reduzido e à unificação de seus produtos midiáticos, se comparado com os demais modelos de negócio. Nessa configuração, o usuário se desprende, portanto, dos contratos de fidelidade de TV por assinatura, das práticas ilegais de compartilhamento na internet, e da comercialização de bens físicos como DVDs. Assim, a oferta e o acesso a esses materiais produzidos pela televisão demonstram ser mais acessíveis aos telespectadores.

Sendo assim, estando o arquivo televisivo à beira de um blecaute, a plataforma emerge, portanto, como um forte suporte midiático de modo a recuperar e viabilizar o passado televisivo, bem como evocar as memórias afetivas de seus usuários. Além das produções audiovisuais que comportam o acervo do Grupo Globo, a partir de 2021, a plataforma também passou a disponibilizar obras audiovisuais de outras emissoras de televisão, como é o caso das produções do conglomerado midiático mexicano Televisa que fizeram sucesso em solo brasileiro. Produções como *A Usurpadora* (1998), *Marimar* (1994) e *Rubi* (2004) figuraram entre as obras estrangeiras mais acessadas pelos usuários da plataforma – produtos esses que, até então, haviam permanecido sob domínio do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) e ofertados somente através do fluxo televisivo da emissora, por meio de suas emissões.

Em verdade, o que temos testemunhado é que as técnicas de arquivamento em nuvem tornaram-se uma realidade presente e, assim, a televisão contemporânea testemunha o arquivamento de seu próprio passado (CAJAZEIRA; SOUZA, 2020). Brêtas (2020) destaca que desde 2010 o Grupo Globo segue digitalizando todo os arquivos que compõem a história da empresa. Dentro destas condições, temos observado que o passado televisivo tem se desprendido dos grandes rolos cinematográficos, repositórios físicos em proporções descomunais, para um suporte tecnológico digital cada vez mais fluído.

Com o lançamento do projeto de retorno das telenovelas antigas, durante os primeiros meses da pandemia⁹, a promessa inicial divulgada pela plataforma seria de 50 produções, sendo um novo título adicionado quinzenalmente (VAQUER, 2019). No esteio das produções que compõem a história da emissora, constam diversas obras que se entrelaçam com o contexto histórico político, social e cultural do Brasil. São produções como *Roque Santeiro* (1985) e *Mulheres de Areia* (1973), censuradas por diversas vezes no período de transmissão original, e que agora retornam na íntegra com imagens remasterizadas, em alta definição¹⁰.

Além disso, alinhavando-se a outras ações realizadas pela emissora com vistas à preservação de seus arquivos audiovisuais – como é o caso do Memória Globo –, o

⁹ O projeto de retorno dos títulos antigos teve lançamento oficial em abril de 2020. Segundo Brêtas (2020) o compartilhamento dos títulos antigos da emissora já era algo previsto pela plataforma, antes mesmo do período pandêmico. No entanto, nota-se que os altos índices de audiências obtidos com as reprises de determinadas produções durante a pandemia são vistos como grandes propulsores do projeto do retorno dos títulos antigos no Globoplay.

¹⁰ Desde novembro de 2021, o projeto de retorno dos títulos antigos passou a se configurar a partir de dois eixos, tendo em vista discussões por parte dos telespectadores em relação aos aspectos técnicos e estéticos de cada obra, sendo: a) Projeto Originalidade; e b) Projeto Resgate. O Projeto Originalidade visa recuperar na íntegra os títulos antigos, sem descaracterizar os aspectos técnicos (formato, qualidade da imagem, abertura, vinhetas) das respectivas obras. Por outro lado, o Projeto Resgate consiste na recuperação de determinados títulos cuja estética e os aspectos técnicos necessitam passar por processos de remasterização visando melhorar a qualidade da imagem.

compartilhamento desses arquivos emerge em um cenário pandêmico no qual o consumo de produtos audiovisuais do passado tornou-se uma prática mercadológica recorrente nas estratégias de comunicação. Pela primeira vez na história da emissora, verifica-se a reexibição de seus folhetins novelescos na principal faixa de horário destinada ao entretenimento, compreendida entre as 19h e as 22h. A reprise de telenovelas durante o período pandêmico tornou-se uma alternativa viável ao Grupo Globo, levando em conta as medidas restritivas de isolamento social, que impactaram também as equipes de filmagens (JACKS et. al, 2020).

De acordo com um *ranking* das telenovelas brasileiras mais assistidas pelos usuários do Globoplay, as obras *Mulheres de Areia* (1993), *Vamp* (1991), *Renascer* (1993), *A Gata Comeu* (1985) e *Roque Santeiro* (1985) figuram no topo da lista das telenovelas mais consumidas pelos usuários no ano de 2021. Tal detalhe nos chama atenção tendo em vista o vasto acervo de telenovelas recentes compreendidas desde o lançamento do serviço, o consumo de produtos que datam entre a década de 80 e o início dos anos 2000 reforçam o interesse do público nessas produções e o impacto desses títulos antigos na escalada da plataforma no país.

Nesse sentido, vemos que, embora seja possível compreender os interesses previamente definidos pela plataforma na retomada de seus conteúdos televisivos, o valor arquivístico também advém de e perpassa outras relações inseridas nesse movimento – mercadológica, arquivística e afetiva. De tal modo, compreenderemos que a função mercadológica também corrobora para o arquivamento da história da televisão na medida em que há um notório interesse na catalogação desses materiais, dada a sua dimensão mercadológica, mas que, em certa medida, constitui-se como uma dimensão afetiva. Tratam-se, portanto, de ações que se subalternam e que atuam de maneira a garantir a existência do arquivo televisivo.

4 Por uma biblioteconomia do arquivo televisivo

Para dar conta de uma compreensão maior acerca desse caráter biblioteconômico da plataforma, bem como apresentar um recorte mais específico, a presente pesquisa buscou mapear e identificar as obras disponibilizadas pela plataforma até o período de julho de 2021 – período que compreende os 15 primeiros meses do projeto de retorno dos títulos antigos. Com base nos dados coletados da plataforma, a pesquisa apresenta de maneira sistematizada as produções identificadas, bem como uma categorização destas obras de acordo com o tipo de emissão correspondente: (re)estreia ou reprise. Os dados identificados apresentam um panorama interessante

sobre o andamento do projeto – em execução até o fechamento deste artigo.

Para o processo de categorização desses produtos, as telenovelas foram elencadas de acordo com o ano de transmissão original, bem como o ano de disponibilização no catálogo da plataforma. Dentre as modalidades de categorização apresentadas pela Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011), para a realização da pesquisa optou-se pela categorização temática e, posteriormente, pela frequência das temáticas. Tendo em vista que para este estudo importa-nos analisar apenas os títulos antigos da emissora, foram adotados os seguintes parâmetros: **(Re)estrela**: produções que retornam à plataforma na íntegra e que não estejam em reexibição na televisão; **Reprise**: produções que retornam à plataforma após a exibição no *Vale a Pena Ver de Novo, Edição Especial*¹¹ ou no Canal Viva.

Cabe destacar que os dados foram coletados no dia 26/06/2022 e foram categorizados de acordo com as seções disponíveis no site da plataforma. No total foram identificadas 72 produções disponíveis e que foram classificadas como (re)estrelas ou reprises de telenovelas. Dessas produções, 44 títulos retornaram sob a condição de (re)estrela, visto que não foram reprisados anteriormente na televisão; 28 obras foram consideradas como reprises, pois foram reexibidas ou estavam em exibição no momento da coleta como Edição Especial, no *Vale a Pena Ver de Novo*¹² ou no Canal Viva.

Para ilustrarmos esse cenário, o quadro 1 apresenta de maneira categorizada as respectivas novelas dentro das classificações estabelecidas: (re)estrela e reprises.

Quadro 1 – Listagem e categorização das (re)estrelas e reprises disponíveis no Globoplay

Tipo de emissão	Produções
(Re)estrela	<i>A Favorita, Tieta, Explode Coração, Vale Tudo, Estrela-Guia, Torre de Babel, Fera Radical, A Indomada, Era Uma Vez..., Meu Bem, Meu Mal, Laços de Família, Brega & Chique, O Clone, Top Model, Terra Nostra, Kubanacan, Felicidade, Ti-Ti-Ti, Fina Estampa, Chocolate com Pimenta, A Vida da Gente, Insensato Coração, O Bem Amado, Porto dos Milagres, Morde e Assopra, Passione, Cordel Encantado, Mulheres de Areia, Vamp, Malhação 2010, O Astro, Caras & Bocas, Roda de Fogo, Tempos Modernos, Malhação 2011, Cabocla, Mulheres Apaixonadas, Sassaricando, A Gata Comeu, Roque Santeiro, Malhação 2008, Flor do Caribe, Aquele Beijo, Da Cor do Pecado.</i>
Reprise	<i>Da Cor do Pecado – Vale a Pena Ver de Novo, O Profeta – Vale a Pena Ver de Novo, O Rei do Gado – Vale a Pena Ver de Novo, Cobras e Lagartos – Vale a Pena Ver de Novo, Anjo</i>

¹¹ As edições especiais são versões compactadas das telenovelas exibidas em virtude da pandemia de Sars Cov-2.

¹² As atrações exibidas no *Vale a Pena Ver De Novo* possuem versões compactadas.

	<p><i>Mau – Vale a Pena Ver de Novo, Senhora do Destino – Vale a Pena Ver de Novo, Celebridade – Vale a Pena Ver de Novo, Belíssima – Vale a Pena Ver de Novo, Por Amor – Vale a Pena Ver de Novo, Chocolate com Pimenta – Vale a Pena Ver de Novo, Caminho das Índias – Vale a Pena Ver de Novo, Laços de Família – Vale a Pena Ver de Novo, Fina Estampa – Edição Especial, Avenida Brasil – Vale a Pena Ver de Novo, Totalmente Demais – Edição Especial, Éta Mundo Bom! – Vale a Pena Ver de Novo, A Força do Querer – Edição Especial, Novo Mundo – Edição Especial, O Salvador da Pátria, Sonho Meu, A Viagem, Malhação 1996 Verão, O Cravo e a Rosa – Vale a Pena Ver de Novo, Ti-Ti-Ti – Vale a Pena Ver de Novo, A Vida da Gente – Edição Especial, Flor do Caribe – Edição Especial, Império – Edição Especial, Haja Coração – Edição Especial.</i></p>
TOTAL DE ARQUIVOS DISPONÍVEIS: 72	

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Com base nesse panorama, o levantamento trouxe à tona a duplicidade de títulos que figuram na lista de produções disponíveis, como se observa no quadro 1 – títulos que retornaram num primeiro momento após a exibição na televisão e que, posteriormente, foram disponibilizados na íntegra sob a condição de (re)estrela.

Para dar conta desse panorama dos títulos disponibilizados pela plataforma, a tabela 1 evidencia os títulos produzidos pela TV Globo entre 1965 e 2020, bem como a quantidade de títulos disponíveis de acordo com as décadas.

Tabela 1 – Títulos disponibilizados por ano de produção e disponibilização

Décadas	Títulos produzidos	Títulos disponibilizados ¹³
1965–1980	95 títulos	1 título (1,05%)
1981–1990	60 títulos	9 títulos (15,00%)
1991–2000	54 títulos	18 títulos (33,33%)
2001–2010	54 títulos	20 títulos (37,04%)
2011–2020	61 títulos	17 títulos (29,51%)
TOTAL DE TÍTULOS PRODUZIDOS: 324		
TOTAL DE TÍTULOS DISPONIBILIZADOS: 65 (20,37%)		

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados do Memória Globo (2022).

A partir deste movimento exploratório da pesquisa, nota-se que apenas 1

¹³ O percentual destacado dos títulos disponibilizados refere-se ao total de obras disponíveis em comparação com o total de títulos produzidos pela emissora, mas que não foram disponibilizados até a data do fechamento deste trabalho. Neste levantamento são considerados apenas um arquivo por obra. Os dados são baseados em um levantamento divulgado pelo portal Memória Globo entre (re)estreias e reprises.



telenovela produzida na década de 70 encontrava-se disponível para consumo na plataforma. Na década de 80, observa-se um total de 9 títulos disponíveis. Na década de 90, o estudo aponta um levantamento de 18 títulos disponibilizados para consumo. E, por fim, foram contabilizadas também um total de 20 telenovelas compreendidas entre 2001 e 2010. Ao todo, foram categorizadas um total de 48 produções disponibilizadas nos primeiros 15 meses do projeto¹⁴.

Como se observa de acordo com a tabela 1, apenas 20,37% (n=65) dos títulos produzidos pelo Grupo Globo até o final de 2020 constavam disponíveis para acesso do usuário na plataforma. Os títulos produzidos entre 1965 e 1980 figuram um percentual (n=1,05%) menor em relação às décadas posteriores. Verifica-se, também, que dentre as 263 telenovelas produzidas pela emissora desde a década de 60 até o final de 2010, apenas 16% encontram-se disponíveis na plataforma.

Por fim, em relação às décadas de 60 e 80, observamos um número menor de produções disponíveis para acesso do público. No que compreende às telenovelas produzidas entre as décadas de 70 e 80, sabe-se que parte dessas produções foram perdidas em virtude dos incêndios nos galpões e repositórios físicos do Grupo Globo – com destaque ao incêndio de 1975, responsável pela dizimação de boa parte dos materiais audiovisuais produzidos até a época em questão. Sabe-se que as telenovelas desse período são as mais críticas dentro deste projeto de recuperação (BRÊTAS, 2020).

Este panorama nos revela que, ainda que a plataforma demonstre essa predileção por determinados produtos em detrimento de outros, não podemos relativizar a força e o esforço dos telespectadores como uma força subversiva a esse agenciamento midiático na busca pelo arquivo. A inclusão demasiadamente lenta de títulos de arquivo na plataforma parece não se legitimar autossuficiente para desacelerar ou inviabilizar o consumo ilegal dessas produções em espaços subalternos à plataforma, como aconteceu no passado.

Ravache (2021) aponta que a distribuição de conteúdos ilegais disparou durante o período pandêmico. E, nesse sentido, o compartilhamento ilegal de produções sucateadas das emissoras e, como observado, ripadas, encontra-se cada vez mais no controle de poderosas organizações criminosas, uma vez que se trata de um mercado crescente e em expansão. Diversas telenovelas na íntegra, inclusive as produções não disponibilizadas de forma legal pela plataforma, ainda podem ser facilmente encontradas em fóruns e sites de *e-commerce*.

¹⁴ O estudo identificou que 24 títulos se encontravam disponíveis antes mesmo da estreia oficial do projeto.



A partir desse panorama e da discussão teórica mobilizada neste trabalho, encaminhamo-nos para as considerações finais deste trabalho.

Considerações finais

Neste artigo propomos elucidar as complexas relações arquivísticas, mercadológicas e afetivas diante das práticas de preservação e compartilhamento do arquivo televisivo do Grupo Globo. Dentro de nosso espectro de análise, entendemos que o Globoplay parece atender bem às premissas que nortearam o seu lançamento – propiciar ao telespectador todo o seu acervo, de modo que o compartilhamento do arquivo televisivo se torne menos complexo e mais acessível. De fato, entendemos que a plataforma exerce bem tal função arquivística e que, por sua vez, garante a subsistência desses materiais na era digital.

Face ao percurso cronológico observado, destacamos as dificuldades e os percalços enfrentados pela organização nesse arquivamento e compartilhamento dos seus produtos televisivos. Ressaltamos, ainda, como o compartilhamento das telenovelas antigas envolve e depende de questões burocráticas e legais, que podem inviabilizar ou dificultar o acesso do público. Este trata-se de um ponto extremamente complexo e denso, sobre o qual não recai este estudo. Entretanto, para esta análise, importa-nos tornar visível o quão burocrático o retorno desses títulos pode ser.

Concluimos, assim, que o arquivo televisivo, dentro dessas configurações, não se limita ao seu caráter arquivístico com fins de catalogação e preservação da história da televisão brasileira. Observamos que o arquivo também exerce múltiplas funções, de diversas ordens, que se subalternam e garantem sua existência na contemporaneidade. Evidentemente que existem premissas e lógicas particulares inseridas dentro do já mencionado projeto de retomada dos títulos antigos. No entanto, o caráter afetivo também se coloca pertinente para a existência do arquivo, na medida em que mobiliza o consumo e audiência televisiva.

A partir das questões balizadoras deste estudo, observamos como as práticas de preservação e compartilhamento do arquivo televisivo do Grupo Globo se relacionam com as demandas e anseios do público em rememorar tais produtos audiovisuais. Com isso, fica evidente a importância que o arquivo passou a exercer em nossa sociedade contemporânea. Em um ambiente convergente cada vez mais fluido, interdependente dos engendramentos midiáticos, as novas plataformas sociotecnológicas reconfiguram, de maneira sistemática, o *modus operandi* dessas organizações em relação ao arquivo televisivo. Do ponto de vista teórico, salientamos, portanto, a existência de um novo



olhar para o arquivo televisivo, sobretudo dado o interesse da organização nestes produtos televisivos que competem única e exclusivamente às expectativas e interesses da plataforma.

O arquivo, antes compreendido pelo ato de registrar e catalogar a história da televisão, nos dias de hoje exerce múltiplas funções que nos convidam a ajuizar acerca de sua importância na sociedade contemporânea. Afinal, como os arquivos reconfiguram nossas relações nos espaços de conversação em rede? De que maneira as estratégias de predileção desses títulos pautam nosso cotidiano, nossas vivências? Qual o impacto da existência desses materiais no âmbito das pesquisas acadêmicas e na compreensão da história nacional? Eis aí alguns questionamentos interessantes que podem nos dar novas pistas para o entendimento do arquivo para além do seu valor arquivístico.

Referências

BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.

BRENTANO, Laura. Globosat permite ver programas de TV e filmes em celulares e tablets. *G1*, 09 ago. 2011. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2011/08/servico-da-net-permite-ver-programas-de-tv-e-filmes-em-celulares-e-tablets.html>. Acesso em: 22 mai. 2021.

BRESSAN JÚNIOR, Mário Abel. *Memória Teleafetiva*. Florianópolis: Insular, 2019.

BRÊTAS, Erick. O futuro do streaming e a experiência Globoplay: assista ao Globo no Campus com Erick Brêtas. *Globo Universidade*, 27 jul. 2020. 1 vídeo (1h04m18s). Disponível em: <https://somos.globo.com/globo-universidade/novidades/globo-no-campus/noticia/o-futuro-do-streaming-e-a-experiencia-globoplay-assista-ao-globo-no-campus-com-erick-bretas.ghtml>. Acesso em: 23 dez. 2022.

BRÊTAS, Erick. Wired Conference 2021: A Era da Inovação - Inovações nos negócios. *Jornal O Globo*, 09 mar. 2021. 1 vídeo (2h06m11s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=of2OTUTijfA>. Acesso em: 18 mai. 2021.

BRITTOS, Valério; KALIKOSKE, Andres. Economia e audiovisual: as barreiras à entrada nas indústrias culturais contemporâneas. In: MELEIRO, Alessandra (org.). *Cinema e economia política*. São Paulo: Escrituras, 2009. p. 101-118.

CAJAZEIRA, Paulo Eduardo; SOUZA, José Julian Gomes de. O arquivamento da memória televisiva em plataformas de aplicativos digitais. *RuMoRes*, v. 14, n. 28, 2020, p. 200-222. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/166502>. Acesso em: 18 mai. 2021.

ELIAS, Eduardo; PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. A TV destruiu a própria memória. In: PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa (org.). *A vida com a TV: o poder da televisão no cotidiano*. São Paulo: Senac, 2002. p. 225-23.



FELÍCIO, Rodrigo. Os incêndios nas emissoras de TV foram frequentes nos anos 60 e 70 e 'ajudaram' a destruir grande parte da Memória da Televisão. *Memória da TV*, 07 set. 2020. Disponível em: <https://memoriadatv.com.br/noticia/2639/os-incendios-nas-emissoras-de-tv-foram-frequentes-nos-anos-60-e-70-e-ajudaram-a-destruir-grande-part.html>. Acesso em: 16 jun. 2021.

FISCHER, Gustavo Daudt. *As trajetórias e características do YouTube e Globo Media Center/ Globo Vídeos: Um olhar comunicacional sobre as lógicas operativas de websites de vídeos para compreender a constituição do caráter midiático da web*. 2008. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2008.

GLOBO Marcas: conteúdo de DVDs disponível para download na internet. *Rede Globo*, 17 jan. 2011. Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/novidades/noticia/2011/01/globo-marcas-conteudo-de-dvds-disponivel-para-download-na-internet.html>. Acesso em: 16 mai. 2021.

GLOBO lança serviço de streaming "Globo Play", com conteúdo ao vivo e on demand. *NSC Total*, 26 out. 2015a. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/noticias/globo-lanca-servico-de-streaming-globo-play-com-conteudo-ao-vivo-e-on-demand>. Acesso em: 18 mai. 2021.

GLOBO apresenta nova plataforma de mídia. *PROPMARK*, 26 out. 2015b. Disponível em: <https://propmark.com.br/midia/globo-apresenta-nova-plataforma-de-midia/>. Acesso em: 18 mai. 2021.

GLOBO Play é lançado; conheça nova plataforma digital de vídeos da Globo. *G1*, 26 out. 2015c. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/10/globoplay-nova-plataforma-digital-de-videos-da-globo-e-lancado.html>. Acesso em: 18 mai. 2021.

GLOBO Play completa 1º ano com 9,5 milhões de downloads do aplicativo. *G1*, 09 nov. 2016. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/11/globo-play-completa-1-ano-com-95-milhoes-de-downloads-do-aplicativo.html>. Acesso em: 17 jun. 2021.

GLOBOSAT aposenta Muu e unifica serviços de vídeos sob demanda. *Notícias da TV*, 15 mai. 2014. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/on-demand/globosat-aposenta-muu-e-unifica-servicos-de-videos-sob-demanda-3382>. Acesso em: 31 jan. 2022.

GOULART RIBEIRO, Ana Paula. Mercado da nostalgia e narrativas audiovisuais. *E-Compós*, v. 21, n. 3, 2018. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1491>. Acesso em: 16 jun. 2021.

HOLDSWORTH, Amy. *Television, memory and nostalgia*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2011.

HUYSSSEN, Andreas. *Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos, mídia*. 2.ed. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2004.

JACKS, Nilda; LIBARDI, Guilherme; CAROLINE, Joselaine; SCALEI, Vanessa. Telenovela e memória: "Vale a pena ver de novo?", reprises em tempo de pandemia. *RuMoRes*, v. 14, n. 28, 2020, p. 46-76. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/174427>. Acesso em: 17 jun. 2021.

LI, Kenneth.; AUCHARD, Eric. YouTube to test video ID with Time Warner, Disney. *Reuters*, 11 jun. 2007. Disponível em: <https://www.reuters.com/article/us-google-youtube-idUSWEN871820070612/>. Acesso: 17 jun. 2021.

LIPOVESTSKY, Gilles; SERROY, Jean. *A Tela Global: mídias culturais e cinema na era*



hipermoderna. Porto Alegre: Sulina, 2009.

MATTOS, Sérgio. *Um perfil da TV Brasileira (40 anos de história: 1950-1990)*. Bahia: A Tarde, 1990.

MATTOS, Laura. Piratas do horário nobre. *Jornal Folha de S. Paulo*, São Paulo, 02 jan. de 2011. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0201201110.htm>. Acesso em: 17 mai. 2021.

MÉDOLA, Ana Sílvia Lopes Davi. Globo Media Center: televisão e internet em processo de convergência midiática. In: LEMOS, André; BERGER, Christa; BARBOSA, Marialva. (Orgs.). *Livro da XIV COMPÓS - Narrativas Midiáticas Contemporâneas*. Porto Alegre: Sulina, 2006.

OPERAÇÃO tira sites de torrent do ar. *Estadão*, 29 abr. 2016. Disponível em: <https://link.estadao.com.br/noticias/geral,operacao-tira-sites-de-torrent-do-ar,10000042727>. Acesso em: 8 dez. 2022.

RAVACHE, Guilherme. Netflix, Disney, Amazon e Globo lutam contra disparada da pirataria. *Uol Splash*, 20 abr. 2021. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/colunas/guilherme-ravache/2021/04/20/netflix-disney-amazon-e-globo-lutam-contradisparada-da-pirataria.htm>. Acesso em: 14 jun. 2022.

SANTOS NETO, Valdemir Soares dos; STRASSBURGER, Damaris. O reposicionamento do Globoplay: um estudo de caso sobre a reconfiguração de identidade da plataforma de streaming da Rede Globo. *Revista Temática*, Ano XV, n. 6, jun. 2019, p. 112-130.

SINAL digital de TV já chega a 90% dos brasileiros. *Valor Investe*, 09 mai. 2021. Disponível em: <https://valorinveste.globo.com/mercados/brasil-e-politica/noticia/2021/05/09/sinal-digital-de-tv-j-chega-a-90-pontos-percentuais-dos-brasileiros.ghtml>. Acesso em: 18 mai. 2021.

SOBRE. *Canais Globo SAT*, [s/d]. Disponível em: <http://canaisglobosat.globo.com/>. Acesso em: 18 mai. 2021.

SOUZA, Ramon de. Globoplay já tem 20 milhões de usuários e é líder nacional de streaming. *Canal Tech*, 08 out. 2020. Disponível em: <https://canaltech.com.br/entretenimento/globoplay-ja-tem-20-milhoes-de-usuarios-e-e-lider-nacional-de-streaming-172792/>. Acesso em: 17 jun. 2021.

VAQUER, Gabriel. Globo começará a disponibilizar novelas antigas no Globoplay até o fim do ano. *Observatório da TV*, 05 out. 2019. Disponível em: <https://observatoriodatv.uol.com.br/noticias/globo-comecara-a-disponibilizar-novelas-antigas-no-globoplay-ate-o-fim-do-ano>. Acesso em: 30 jan. 2022.

VELOSO, Thássius. Net lança site com vídeos do SporTV, Multishow, Telecine e outros canais. *Tecnoblog*, 11 ago. 2011. Disponível em: <https://tecnoblog.net/73155/net-assistir-televisao-na-internet-muu/>. Acesso em: 17 jun. 2021.

VENTURA, Felipe. Rede Globo cria serviço semelhante a Netflix com programação própria. *Gizmodo*, 28 set. 2012. Disponível em: <https://gizmodo.uol.com.br/rede-globo-cria-servico-semelhante-a-netflix-com-programacao-propria/>. Acesso em: 19 mai. 2021.

VIEIRA, Enio Everton Arlindo Vieira. Os piratas da imagem - A popularização do videocassete no Brasil e as preocupações com a pirataria em vídeo. *CIAS - Educação, Comunicação e Tecnologia*, v. 2, n. 1, 2020, p. 56-71. Disponível em: <https://revista.uemg.br/index.php/sciasedcomtec/article/view/4463>. Acesso em: 26 dez. 2021.

rebeca



Revista Brasileira
de Estudos de
Cinema
e Audiovisual

VIEIRA, Amanda Veronesi; MURTA, Cíntia Maria Gomes. Globo Play: a plataforma da Rede Globo. *Revista GEMInIS*, São Carlos, UFSCar, v. 8, n. 2, mai.-ago. 2017, p.31-47. Disponível em: <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/295>. Acesso em: 01 dez. 2021.

YIN, Robert K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

Recebido em: 31/01/2022 | Aprovado em: 23/12/2022