

# Do analógico ao digital: um percurso cronológico das práticas de preservação e compartilhamento da memória televisiva do Grupo Globo<sup>1</sup>

Valdemir Soares dos SANTOS NETO<sup>2</sup>

Mestrando

Mario Abel BRESSAN JÚNIOR<sup>3</sup>

Doutor

Universidade do Sul de Santa Catarina, SC

## Resumo

Busca-se neste estudo verificar de que modo as práticas de preservação e compartilhamento da memória televisiva do Grupo Globo se delinearam ao longo do percurso histórico da emissora. O esforço deste trabalho consiste em ampliar as discussões em torno do uso da memória como estratégia mercadológica. O estudo de caso se constrói a partir de fontes secundárias (matérias jornalísticas, entrevistas, conferências) (YIN, 2015). Destaca-se que as possibilidades de acesso à memória do Grupo Globo tornaram-se mais acessíveis dadas às reconfigurações do ecossistema comunicacional.

**Palavras-chave:** Televisão; Memória; Memória afetiva; Arquivo.

## Introdução

Transformar a memória televisiva em um produto consumível parece se caracterizar como uma prática recorrente na indústria televisiva brasileira. Se outrora a memória da televisão se configurava exclusiva aos acervos analógicos das emissoras, atualmente, ela passa a ser pública, diante deste novo estatuto da mídia digital. Do *broadcasting* ao *egocasting*, o sujeito contemporâneo vem se adaptando às novas práticas de consumo na esfera digital.

Diante deste cenário, o Grupo Globo de Comunicação, o maior conglomerado midiático brasileiro, demonstra-se interessado em explorar este vasto acervo audiovisual por meio da oferta de seus produtos nos mais variados suportes. Com espaços dedicados à preservação de seus produtos, como se prefigura o Canal Viva, o portal Memória Globo e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT História das Mídias Audiovisuais, integrante do XIII Encontro Nacional de História da Mídia.

<sup>2</sup> Mestrando pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL). Bolsista CAPES/PROSUP. E-mail: [valdemirnetto@gmail.com](mailto:valdemirnetto@gmail.com)

<sup>3</sup> Doutor em Comunicação Social pela Universidade Pontifícia Católica (PUCRS). Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem da UNISUL. E-mail: [marioabelbj@gmail.com](mailto:marioabelbj@gmail.com)

outros, o apelo à memória também tem preenchido outro espaço: a plataforma de *streaming*, Globoplay.

Desde o seu lançamento, em 2015, o Globoplay segue atuante no mercado de *streaming* brasileiro competindo com grandes *players* de mercado, como a Netflix e o Amazon. Além do vasto acervo de produções originais, a plataforma serve também como um repositório de produções da emissora, uma vez que toda a sua programação, produzida no fluxo contínuo, torna-se disponível ao usuário logo na sequência.

Em relação a essa prática de preservação e compartilhamento audiovisual do acervo do Grupo Globo, a investigação intenta-se em responder as seguintes perguntas: que (ou quais) fatores contribuem para as práticas de preservação e compartilhamento do acervo do Grupo Globo? Como a memória coletiva e afetiva podem contribuir enquanto estratégia de consumo e preservação da audiência?

Deste modo, busca-se compreender, a partir de um percurso cronológico, de que modo as práticas de arquivamento televisivo são mobilizadas pela plataforma. Para a realização deste estudo optou-se pelo método de Estudo de Caso (YIN, 2015). A partir de dados coletados em fontes secundárias (matérias jornalísticas, entrevistas, conferências, etc.), o estudo recupera trechos e fragmentos que nos propiciem atingir o objetivo proposto. O interesse do estudo consiste em tornar visível o uso da prática memorialística como uma estratégia midiática.

A investigação parte de um estágio inicial de projeto de dissertação em andamento. Neste preâmbulo, nossos questionamentos se direcionam para um espectro mais mercadológico e, portanto, não consideramos aspectos técnicos ou metodológicos em relação às práticas de catalogação dos produtos. Cabe questionar como o arquivamento televisivo entendido como uma prática mnemônica é utilizado pelo Grupo Globo.

### **A memória na televisão: considerações iniciais**

O presente tópico se delinea através de uma abordagem descritiva. Nesta seção, julgamos necessário traçar um percurso cronológico, recuperando os principais movimentos realizados pela organização, no que diz respeito às práticas de compartilhamento do acervo audiovisual.

No Brasil, até o início dos anos 80, pouco se questionava sobre o compartilhamento de produções audiovisuais com o grande público. No entanto, deve-se relativizar tal fato,

visto que a infraestrutura das indústrias televisivas da época era pouco usual. Deve-se ressaltar, também, que a precariedade dos suportes tecnológicos da época inviabilizou estas práticas de compartilhamento.

Em relação ao compartilhamento da memória da televisão com o público, cabe mencionar que, durante as fases iniciais da expansão da tevê no país<sup>4</sup>, inúmeras produções audiovisuais foram constantemente censuradas por agências reguladoras. Nesta conjuntura, a televisão se defrontava com outros inúmeros desafios para garantir a sua operacionalização, fornecendo produtos autênticos que refletissem a sociedade vigente. Produtos midiáticos como *Roque Santeiro*, produzida em 1975 e cuja exibição foi postergada por 10 anos, exemplificam o impacto da censura na programação. Dentre vários casos, outras produções também foram advertidas pela DCDP (Divisão de Censura de Diversões Públicas). Deste modo, o que se destaca deste panorama, é que o retorno de produtos e/ou formatos televisivos até esse período não fora visto pela Rede Globo como um recurso mercadológico até meados da década de 80.

Com o regime da censura imposta pelo Governo Federal, a telenovela passou a ser compreendida pelos brasileiros como uma espécie de “compensação”, visto que a programação brasileira havia sido corrompida em detrimento das diretrizes impostas pelos militares (MATTOS, 1990). Mesmo com a censura, muitas telenovelas conseguiram burlar os censores, garantindo, assim, sua subsistência no contexto midiático da época.

Até meados da década de 70, todas as produções audiovisuais ficavam sob guarda das emissoras, alocadas em grandes galpões físicos. No entanto, este panorama começa a ser repensando assim que a televisão inicia um novo ciclo rumo à internacionalização, exportando suas produções para diversos países da América Latina (MATTOS, 1990). Até final de 1987, a emissora havia atingido um total de U\$20 milhões decorrentes das exportações de suas obras. As exportações exerceram um legado importante, no que se refere à preservação de inúmeras obras que, posteriormente, teriam seus materiais originais dizimados decorrentes de fatores adversos, como observaremos adiante.

Após anos refém da censura imposta pelo regime da ditadura no país, a televisão passou a receber influência do governo para nacionalizar a programação televisiva, graças à consolidação massiva das telenovelas nos lares brasileiros. Mattos (1990) destaca que em março de 1978, cerca de 48% da programação exibida em toda a TV brasileira era importada.

---

<sup>4</sup> Para o pesquisador Sérgio Mattos (1990), a periodização do percurso televisivo no país se deu em quatro fases: o período elitista (1950-1964), o período populista (1964-1975), o período do desenvolvimento tecnológico (1975-1985) e, por fim, o período de transição (1985-1990).

O consumo de produtos “enlatados” advindos, majoritariamente, de países norte-americanos, não refletia o cenário social do país. Com isso, havia uma pressão enorme por parte do governo visando tornar a grade de programação da televisão brasileira, cada vez mais nacionalizada.

Além destas questões ligadas à expansão da televisão, em que pesem às práticas de preservação da memória televisiva, pode-se destacar também que a falta de recursos se prefigurou um fator crucial para o manuseio desses arquivos televisivos. Até o início dos anos 60, a maioria das transmissões era realizada em tempo real, mas tal enquadramento televisivo começa a se reconfigurar na década de 60, dadas às condições técnicas possibilitadas com o advento do *videotape*. Nesta perspectiva, Brittos e Kalioske (2009, p. 101) argumentam que, com o uso desta 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” (BRITTOS, KALIOSKE, 2009, p. 101). Entretanto, a falta de recursos financeiros e o alto custo destes materiais obrigavam as indústrias a importarem estes produtos em pouca quantidade e reutilizarem, posteriormente. Felício (2020, s/p) 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”. Desta maneira, muitas produções foram extintas dos acervos das emissoras em detrimento destas práticas de reutilização.

Pode-se destacar que, com a consolidação dos grandes parques industriais tecnológicos no país, em 1982, o *boom* do videocassete doméstico se expandiu em todo o território nacional. Vieira (2020) menciona que com a chegada da fábrica da Sony no país, as práticas caseiras de gravação haviam se tornando uma grande preocupação. 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 deste momento, o telespectador começa a ter mais autonomia para gravar e assistir aos seus produtos, sem depender dos fluxos midiáticos.

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, havia se tornado uma mania nacional até meados dos anos 2000.

A propósito, cabe destacar também que, dentro destas condições de preservação da memória televisiva, os incêndios acometidos às emissoras trouxeram danos irreparáveis,

danos estes que comprometeram boa parte do acervo televisivo, visto como um patrimônio cultural brasileiro. No país, os incêndios em sedes de emissoras haviam se tornando uma prática recorrente. Desde sua fundação em 1965, a Rede Globo sofreu quatro incêndios (1969, 1970, 1971 e 1976). Destes incidentes, muitos materiais foram dizimados. Em 1969, todo o equipamento da TV Bandeirantes se dissipou durante um incêndio de proporção descomunal. Em 1986, um incêndio destruiu 90% dos equipamentos da TV Cultura. Além destas, outras emissoras também tiveram parte de seus acervos danificados decorrentes de outros incêndios. Dentre as inúmeras teorias conspiratórias, a frequência dos incêndios ganhou atenção da imprensa internacional. Inclusive, muitos destes foram questionados como possíveis atentados às emissoras, dada às disputas de poder existentes na época durante o período da ditadura.

Nos primórdios da televisão brasileira, a extinta TV Tupi (1950-1980), por exemplo, teve boa parte do seu acervo perdido. Em 2013, houve um esforço do Arquivo Nacional para recuperar o vasto acervo e torná-lo público, graças aos suportes digitais. Foram catalogadas aproximadamente 5 mil fitas, com quase 4 mil horas de gravação, incluindo novelas, conteúdos jornalísticos, documentários, e outros produtos que compõem a história da cultura brasileira (TV BRASIL, 2013).

Notadamente, deve-se destacar o esforço de inúmeros grupos de pesquisas, organizações não governamentais e outras instituições, comprometidas com o resgate histórico destes conteúdos que fazem parte do patrimônio cultural brasileiro. 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 foram recuperadas de acervos caseiros de telespectadores, decorrentes das práticas de gravação em fitas cassetes. O ato de colecionar telenovelas em videocassetes havia se tornado frequente até meados dos anos 2000. 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, vemos que o grande público da televisão de massa ainda se encontrava sob custódia dos agendamentos midiáticos pautados pelas indústrias. Somente com a chegada dos novos suportes tecnológicos, o apelo à memória do telespectador começou a ser repensado. Na próxima seção, tentaremos traçar um percurso cronológico em torno das

práticas de compartilhamento do arquivo televisivo ao longo da história da Rede Globo de Televisão no país.

### **O início das práticas de compartilhamento: um percurso cronológico**

O apelo à memória na televisão não caracteriza uma prática memorialística relativamente nova. Conforme aponta Huyssen (2000), a explosão da memória deu-se majoritariamente em meados dos anos 80, graças ao avanço dos estudos na área que tensionaram rapidamente as discussões sobre as práticas de preservação da memória. Neste cenário, o apelo à memória também passou a ser incorporado nas práticas de consumo midiático. Prova disto foi o lançamento da série “Holocausto”, que chegava ao *National Broadcast Television* (NBC) em 1979 abrindo espaço para que outras produções buscassem compreender o passado por meio de representações, *remakes*, e outras estratégias de instrumentalização do passado (G1, 2019).

No Brasil, a utilização do acervo televisivo como apelo à memória do telespectador se organizou, inicialmente, por meio das próprias condições ofertadas pela indústria televisiva. Em 1980 entrava ao ar o Vale a Pena Ver De Novo, faixa do período vespertino exclusiva para as reprises de telenovelas da emissora, e que continua em exibição até o fechamento deste artigo. Com o lançamento do programa Vídeo Show, a emissora também explorou as memórias dos seus programas televisivos em quadros dedicados à rememoração de personagens, bastidores e figuras marcantes da televisão. O programa passou por várias reformulações ao longo dos anos, até ser descontinuado da grade de programação em 2019.

Com a chegada da internet no país, começa-se a pensar em novas formas de compartilhamento das memórias que perfizeram a história da Rede Globo. Lançado em 1990, o site Memória Globo é visto por muitos pesquisadores como um marco da emissora, no que tange às práticas de arquivamento e disponibilização das memórias que compõem o Grupo Globo. Ainda em atividade, o site reúne os fatos mais marcantes da trajetória da emissora e seus demais veículos, como o Jornal O Globo e a Rádio Globo. Por meio de uma série de documentos, relatos, entrevistas, os inúmeros pontos de vistas que constituíram/constituem o Grupo Globo.

Cabe ressaltar que o portal Memória Globo não disponibiliza os acervos audiovisuais da emissora. Nesta formatação, busca-se apenas compartilhar com o telespectador o percurso histórico da emissora e, sobretudo, evidenciar o seu pioneirismo na consolidação da TV no

país. Neste espaço, a emissora oportuniza ao público curiosidades e fatos importantes que perfizeram suas produções. A propósito, tendo em vista os primeiros anos da televisão no país, sob o forte regime da censura, o portal descortina diversas falácias e boatos acerca de sua existência.

A partir da década de 90, a Rede Globo optou por refilmar algumas de suas produções de maior sucesso. Em 1995 era lançado o *remake* de “Irmãos Coragem”, exibida originalmente em 1970. Diante das pressões existentes por parte dos censores da época, a exibição original precisou se adaptar para continuar sendo veiculada na televisão. Assim, após o fim da censura no país, a linguagem das telenovelas passa a se remodelar diante desta nova possibilidade de rememoração. Embora neste caso não se discorra especificamente do arquivo televisivo em si, os *remakes* são entendidos como um dos primeiros movimentos no que se refere ao apelo memorialístico na televisão brasileira.

Até o início dos anos 2000, a instrumentalização da memória do Grupo Globo ainda permanecia muito restrita. Geralmente, as memórias eram exploradas em janelas exclusivas, como é o caso do Vale a Pena Ver De Novo. Dado momento em que as novas tecnologias começam a adentrar os lares brasileiros, as práticas de compartilhamento dessas memórias começaram a ser repensadas. Apesar do avanço da internet ter acelerado as possibilidades de consumo audiovisual, que ainda se delineava em ritmo lento no país, com a popularização do *Digital Versatile Disc* (DVD), a disponibilização do acervo televisivo da Rede Globo começou a ter um apelo mercadológico.

Lançada em 2003, a Globo Media Center foi a primeira plataforma de vídeos *on-demand* do Grupo Globo (MÉDOLA, 2006). Com uma interface pouco intuitiva, o serviço era um esforço do setor de Tecnologia e Informação em tornar disponível as produções da época e boa parte do acervo da emissora. Anos depois, ela passou por um reposicionamento de mercado, sendo operacionalizado posteriormente sob o nome de Globo Vídeos (FISCHER, 2008).

As práticas de compartilhamento da memória televisiva com o grande público não possuíam um forte apelo mercadológico até meados de 2010. As plataformas como Globo.com, e o Globo Vídeos, serviam mais como um repositório daquilo que se era produzido no fluxo contínuo. De acordo com Erick Bretas (2020), diretor de mídias do Globoplay, toda a programação da emissora passou a ser digitalizada a partir deste período. Assim, todo o conteúdo veiculado na emissora era transposto para o repositório do Globo

Vídeos. Tal feito se caracterizava como um movimento importante em que pesem as práticas de preservação da memória televisiva.

Somente na última década, a memória afetiva do telespectador se tornou foco das estratégias midiáticas da emissora. Com a estreia do Canal Viva, em 2010, disponível apenas aos assinantes de TV por assinatura, diversos programas que compuseram o acervo da Rede Globo foram realocados pela emissora (BRESSAN JÚNIOR, 2019). Com o segmento de TV por assinatura em alta no país, o Canal Viva contemplou públicos específicos, como os telespectadores assíduos da emissora interessados em revisitar as inúmeras produções do Grupo Globo. Havia também os telespectadores contemporâneos, os quais não tiveram acesso às obras da emissora no período de exibição original. Contudo, a democratização do acesso à internet e as novas possibilidades de consumo midiático, trouxeram alguns desafios ao Grupo Globo.

Embora se caracterize como uma prática ilegal, a pirataria de produções audiovisuais movimentou o mercado da memória televisiva durante anos. Como observado, o videocassete possibilitou o registro de inúmeras produções até meados dos anos 2000. O advento dos novos aparatos tecnológicos, como a gravação em mídias removíveis, acentuou as práticas de compartilhamento do arquivo televisivo.

No âmbito digital, o *download* ilegal de produções audiovisuais havia se espalhado por todo o mundo. Já em 2007, por exemplo, era possível encontrar, em diversos fóruns e blogs na internet, títulos disponíveis para serem baixados. O serviço de compartilhamento de arquivos em *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, foram realizadas diversas operações para mitigar o avanço destas práticas de compartilhamento (ESTADÃO, 2010).

De acordo com um levantamento feito em 2011 pelo Jornal Folha de São Paulo (2011a), a comercialização de telenovelas em *DVD's* havia se tornado um fenômeno em fóruns na internet e, inclusive, em centros populares. Produções como *Roque Santeiro* (1985), *O Rei do Gado* (1996-1997), além das *sitcoms* *Sai de Baixo* (1996-2002) e *Os Normais* (2001-2003), eram facilmente encontradas em camelódromos<sup>5</sup>. O sucesso deste tipo de

---

<sup>5</sup> O termo camelódromo é utilizado para se referir aos centros de comércio popular, geralmente, com a oferta de produtos importados, porém, com baixo valor agregado. No Brasil, os camelódromos ainda se constituem como espaços de comercialização bastante comum. Comumente, também são comercializados filmes e álbuns musicais pirateados.

comercialização, talvez, se justifique face ao massivo interesse do público em se ter acesso a tais produtos.

Tendo em vista a demanda crescente do interesse nestes produtos mnemônicos, em 2011 surgia o portal Globo Marcas Digital. Na tentativa de frear o comércio ilegal destes produtos, e de modo a facilitar o acesso a estas 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 lançamento da plataforma consistia em “ampliar o ciclo de vida dos programas” (REDE GLOBO, 2011, s/p). Para além da televisão, o usuário podia comprar suas produções e baixá-las para assistir através de um aplicativo desenvolvido exclusivamente para este 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, em detrimento das práticas ilegais de compartilhamento. No entanto, com a popularização da banda larga no país, o consumo audiovisual em rede e, sobretudo, tendo em vista as práticas de compartilhamento ilegal, a disseminação destes produtos na internet havia tomado 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<sup>6</sup> e disponibilizar todo o arquivo televisivo para *download* ou visualização, por meio dos serviços de *streaming*, como mencionado. Os blogs e as comunidades de indivíduos nas plataformas sociais também contribuíram para o impulsionamento da prática. Tendo em vista a escassez de alguns produtos, muitas produções também passaram a ser comercializadas dentro destas comunidades. Em muitos casos, a escassez do arquivo, inclusive nos espaços digitais, tornava-o ainda mais raro. Assim, quanto mais raro for o título, o custo se torna mais elevado (FOLHA DE SÃO PAULO, 2011a).

Deste modo, com a consolidação da plataforma de *streaming* no país, muitos usuários buscaram subterfúgios para assistir produções antigas, visto que o dismantelamento de repositórios ilegais (*Torrent*, sites de compartilhamento *P2P*), se enrobusteceu no início da última década. Para contornar estas práticas, o Grupo Globo desenvolveu, em 2011, uma tecnologia chamada *Content ID* – sendo utilizada até os dias atuais (TECNOBLOG, 2011).

---

<sup>6</sup> 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.

O objetivo da ferramenta consiste em uma espécie de etiquetagem dos produtos audiovisuais. Quando um vídeo é enviado ao YouTube, por exemplo, a tecnologia analisa o conteúdo de modo a impedir o uso indevido de conteúdos autorais protegidos por lei.

Atentando-se a estas práticas ilegais, em 2011 o Globo Sat anunciou uma parceria exclusiva com a Net, provedora de TV por assinatura no país (G1, 2011). Desta parceria surgiu o site Muu, um portal online desenvolvido pela Globosat<sup>7</sup>. O serviço disponibilizava acesso aos conteúdos exibidos pela Rede Globo e outras emissoras do conglomerado televisivo (SporTV, GNT, entre outras). Neste primeiro momento, o acervo da plataforma consistia na catalogação de programas compreendidos em duas décadas. Entretanto, o serviço esteve disponível apenas aos assinantes da Net e toda infraestrutura do acervo audiovisual era fornecida pela Globo.com (TECNOBLOG, 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 Muu.<sup>8</sup>

Até o final de 2011, os tramites para viabilizar a memória televisiva ao público eram vistos como um esforço plausível do Grupo Globo. Com o canal Viva, em nosso modo de ver, o Grupo Globo havia entendido o interesse do público em rememorar o passado (BRESSAN JÚNIOR, 2019). Porém, neste caso em específico, buscaram-se interpolar o sujeito condicionando-o ao fluxo unidirecional. Visto como uma novidade aos apreciadores de produtos audiovisuais da emissora, recorrer à memória do telespectador demonstrou ser uma estratégia lucrativa. No entanto, as reconfigurações do ecossistema midiático brasileiro pressionavam não apenas o Grupo Globo, como também às indústrias televisas de modo geral.

Mirando no mercado latino-americano, neste cenário a Netflix iniciou suas operações no Brasil em setembro de 2011. Como reportado pelo o Jornal Folha de São Paulo (2011b), a empresa sinalizou interesse na compra das telenovelas da emissora, visto que se tratavam de produtos culturais muito bem difundidos no país. Além disso, a ambição da plataforma consistia em se consolidar como um serviço global, tal como se apresenta hoje. Entretanto, não se encontram registros concretos acerca da não efetivação da compra. Na matéria divulgada pelo jornal, a compra destas produções era dada como certa.

---

<sup>7</sup> 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) e o Canal Brasil (1998).

<sup>8</sup> Em 2014, a GloboSat decretou o fim da plataforma Muu (NOTÍCIAS DA TV, 2014).

Cabe ressaltar que o sistema de vídeo sob demanda da Netflix se encontrava em operacionalização em diversos países. Até sua chegada ao Brasil, o Youtube se configurava como o único grande *player* de mercado do segmento de *streaming* em operação. Apenas no início de 2015, a Netflix computava uma base de assinantes estimada em 2,2 milhões de usuários no Brasil (TECMUNDO, 2015). Desde então, somente nos últimos anos, inúmeras outras empresas estrangeiras começaram a mirar no mercado brasileiro, como Amazon, Disney +, entre outras.

Como observado, as possibilidades de acesso à memória televisiva permaneceram refém das estratégias de manejo da memória adotadas pelo Grupo Globo. O lançamento do Canal Viva atuou de forma a viabilizar o desejo do público, no que se refere à rememoração das diversas produções televisivas. Contudo, a programação em fluxo contínuo atuava como um entrave no controle das práticas de compartilhamento e consumo ilegal. Assim, com o mercado de *streaming* em alta, o público se tornou ainda mais interdependente dos engendramentos midiáticos.

Justapondo-se às expectativas do público, a partir de 2012, o acervo audiovisual da emissora se transpõe do fluxo televisivo para as plataformas de *streaming*. Em meio a ascensão deste novo segmento no país, o Globo.tv+, vertente do portal Globo.com, se configurou essencialmente necessário para tornar a programação televisiva menos segregada do controle do usuário (PROPMARK, 2015). Inicialmente, o serviço foi direcionado apenas aos moradores do Estado de Minas Gerais. Para ter acesso ao serviço era necessária uma conta na Globo.com e a 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 (GIZ MODO, 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 – plataforma de *streaming* destinada à preservação e distribuição de documentários. Ao todo, o Philos<sup>9</sup> reuniu um acervo com mais de 600 documentários exclusivos (CANALIS GLOBO SAT, s/d).

---

<sup>9</sup> O serviço foi descontinuado em 2020. Desde então, todo o acervo audiovisual do serviço encontra-se disponível para consumo na plataforma Globoplay.

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* parecia se caracterizar, cada vez mais, como 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 o final de 2023 (VALOR INVESTE, 2021). Trata-se de um período destinado à melhoria dos aparatos tecnológicos das produções audiovisuais e, sobretudo, aos aspectos técnicos relacionados à transmissão e oferta de conteúdo em todo o território nacional.

Desde meados de 2015, as transmissões em 4K indicavam um futuro da televisão cada vez mais digital no país. Em relação aos concorrentes, o Grupo Globo sempre se anteviu às reconfigurações do ecossistema midiático.

Do armazenamento físico ao armazenamento digital, lançou-se em 2015 o Globo Play<sup>10</sup>, plataforma de *streaming* do Grupo Globo, que iniciava suas operações com vistas a atender quatro demandas: 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; e 4) disponibilizar na íntegra o acervo de produções audiovisuais de atrações que fizeram sucesso na emissora (NSC TOTAL, 2015). Estas duas últimas, notoriamente, com um viés voltado para a preservação da memória da emissora, tornando público aquilo que se é produzido e veiculado pela televisão.

Além da disponibilização de telenovelas e outros produtos da TV Globo, todo o acervo audiovisual das subsidiárias do Grupo Globo segue sendo catalogado e disponibilizado no Globoplay. Tal estratégia faz parte de um reposicionamento de mercado cujo objetivo consiste em estreitar a relação do telespectador com os produtos do Grupo Globo (NOTÍCIAS DA TV, 2021).

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. Se a memória televisiva esteve, durante anos, sob guarda das instâncias midiáticas, hoje, ela se torna um arquivo entre tantos outros circulantes no espaço cibernético.

## Considerações finais

---

<sup>10</sup> Inicialmente o serviço se inicia sob o nome de “Globo Play”. Somente em 2018, após um reposicionamento de mercado, os nomes se fundem.

A partir deste resgate histórico temos visto o interesse do Grupo Globo em tornar acessível o acervo audiovisual que compõe a trajetória de suas emissoras. Ao longo deste percurso, fica evidente o esforço do Grupo Globo na busca por alternativas e meios possíveis de maneira a desburocratizar o acesso às memórias. Assim, temos visto que a consolidação do *streaming* no país parece se configurar um fator importante no que se refere ao consumo da memória televisiva, se considerarmos todas as demais estratégias anteriores utilizadas pelo Grupo Globo.

Em nosso modo de ver, a chegada do Globoplay irrompe com uma série de práticas judicialmente ilícitas, como as práticas de preservação e compartilhamento de arquivos físicos e em ambientes digitais. Face ao exposto, entendemos haver um certo otimismo em relação à comercialização dessas memórias por parte do Grupo Globo.

Dentro desta formatação, cabe ressaltar que o compartilhamento destas memórias com o público não comporta apenas um valor estritamente catalográfico. Nota-se agora o apelo à memória afetiva do telespectador como um diferencial competitivo, e que possibilita ao Grupo Globo explorá-la como estratégia de fidelização de seus usuários. O acesso facilitado a essas memórias manifesta um valor simbólico, afetivo e, sobretudo, coletivo. Se depreendendo do fluxo televisivo, vemos, portanto, que nesta nova configuração, as distintas comunidades de espectadores passam a se defrontar diante de um arsenal videográfico repleto de arquivos digitalizados, disponíveis para serem acessados a qualquer momento, de qualquer lugar. A memória televisiva torna-se, deste modo, móvel, transferível e compartilhável.

Sendo assim, entendemos que o Globoplay se configure como o meio mais democrático de acesso às memórias, tendo em vista o avanço exponencial do segmento no país. No entanto, entendemos ser necessário novas discussões em torno dessas práticas de consumo da memória televisiva nos espaços digitais.

Neste trabalho, tentamos traçar um percurso cronológico em torno das práticas de compartilhamento do arquivo televisivo ao longo da história da Rede Globo de Televisão no país. Dada a escassez de registros, destacamos a dificuldade em se ter acesso a determinadas informações. Assim, gostaríamos que este estudo não refletisse um caráter particularmente historiográfico. Esperamos apenas ter contribuído para os estudos sobre memória de modo a tornar visível o uso do compartilhamento da memória da televisão como uma estratégia midiática, possibilitada pelos novos meios tecnológicos.

## REFERÊNCIAS

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

BRETAS, Erick. In: GLOBO UNIVERSIDADE. **O futuro do streaming e a experiência Globoplay: assista ao Globo no Campus com Erick Brêtas**. 2020. (1h04m18s). Disponível em: <https://redeglobo.globo.com/globouniversidade/novidades/globo-no-campus/noticia/o-futuro-do-streaming-e-a-experiencia-globoplay-assista-ao-globo-no-campus-com-erick-bretas.ghtml>. Acesso em: 18 mai. 2021.

BRITTOS, Valério; KALIKOSKE, Andres. Economia e audiovisual: as barreiras à entrada nas indústrias culturais contemporâneas. In: Alessandra Meleiro (org.). **Indústria cinematográfica e audiovisual brasileira** (Cinema e economia política). São Paulo: Escrituras, 2009, v 2., p. 101-118.

CANAIS GLOBO SAT. **Sobre**. [s/d]. Disponível em: <http://canaisglobosat.globo.com/>. Acesso em: 18 mai. 2021.

ESTADÃO. **Operação tira sites de torrent do ar**. 2011. Disponível em: <https://link.estadao.com.br/noticias/geral,operacao-tira-sites-de-torrent-do-ar,10000042727>. Acesso em: 18 mai. 2021.

FELÍCIO, Rodrigo. In: MEMÓRIAS DA TV. **Os incêndios nas emissoras de TV foram frequentes nos anos 60 e 70 e 'ajudaram' a destruir grande parte da Memória da Televisão**. 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.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Piratas do horário nobre**. 2011a. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0201201110.htm>. Acesso em: 17 mai. 2021.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Netflix quer comprar novelas da Globo**. 2011b. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/me0905201109.htm>. Acesso em: 14 mai. 2021.

G1. **Globosat permite ver programas de TV e filmes em celulares e tablets**. 2011. Disponível: <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.

G1. **Holocausto: A série americana que mudou como alemães veem o genocídio cometido pelos nazistas**. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2019/01/30/holocausto-a-serie-americana-que-mudou-como-alemaes-veem-o-genocidio-cometido-pelos-nazistas.ghtml>. Acesso em: 18 mai. 2021

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

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

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

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

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

NOTÍCIAS DA TV. Globo lucra R\$ 167 milhões com demissões, rescisões e salto do Globoplay. 2021. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/daniel-castro/globo-lucra-r-167-milhoes-com-demissoes-calote-e-salto-do-globoplay-54108>. Acesso em: 16 jun. 2021.

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

REDE GLOBO. **Globo Marcas: conteúdo de DVDs disponível para download na internet**. 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.

TECNOBLOG. **Globo faz a limpa em vídeos no YouTube**. 2011 Disponível em: <https://tecnoblog.net/70584/globo-youtube-contentid/>. Acesso em: 15 mai. 2021.

TECMUNDO. **Netflix: Com 2,2 mi de assinantes, Brasil é o 2º que mais cresce no mundo**. 2015. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/netflix/74839-netflix-2-2-mi-assinantes-brasil-2-cresce-mundo.htm>. Acesso em: 18 mai. 2021.

VALOR INVESTE. **Sinal digital de TV já chega a 90% dos brasileiros**. 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.

VIEIRA, E. E. Os piratas da imagem - A popularização do videocassete no Brasil e as preocupações com a pirataria em vídeo. **SCIAS - Educação, Comunicação e Tecnologia**, [S. l.], v. 2, n. 1, p. 56–71, 2020. DOI: 10.36704/sciaseducomtec.v2i1.4463. Disponível em: <https://revista.uemg.br/index.php/sciasedcomtec/article/view/4463>. Acesso em: 16 jun. 2021.

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

TV BRASIL. **Acervo da TV Tupi está sendo digitalizado**. 2013. Disponível em: <https://tvbrasil.etc.com.br/reporterbrasil-noite/episodio/acervo-da-tv-tupi-esta-sendo-digitalizado>. Acesso em: 20 jun. 2021.