

A GUERRA ENTRE OS STREAMINGS E A TELEVISÃO: EXISTE LUGAR APENAS PARA UM?

Tatiana Cristiane Martins Chiaratti¹(UAM)

Daniel Gambaro (Anhembi)

Resumo: Este artigo propõe uma análise sobre a disputa por espaço entre serviços de streaming e a TV terrestre. A TV teve sua ascensão logo após a Segunda Guerra Mundial e foi se aprimorando ao longo dos anos. Os streamings surgiram na primeira metade da icônica década de 1990, porém com algumas restrições. Enquanto a primeira vê seus anos de sucesso ameaçados, o segundo vem ganhando cada vez mais espaço e prestígio. Hoje, quase trinta anos depois do seu surgimento, o mercado de streamings continua em ritmo acelerado ao redor do mundo, pois locadoras de VHS e DVDs se dissolveram e cada vez mais as pessoas estão consumindo entretenimento de maneira mais acessível. Os streamings, a cada ano que passa, se mostram mais fortes e constantes. Dentre as várias motivações que os usuários encontram para assinar serviços deste tipo estão a oferta de novos filmes, contam ainda com a ajuda do momento caótico e pandêmico em que o mundo se encontra, pois com os cinemas fechados por um longo período o acesso aos serviços de streamings ganhou muitos novos usuários. Com as pessoas passando mais tempo em casa, cresceu o consumo de produtos audiovisuais pela internet fazendo com que a oferta de serviços de streaming crescesse gradativamente com a chegada de novas plataformas e, com isso, melhorando os serviços já existente com um roll de filmes e séries para todos os gostos. No mundo esta transformação está em pleno curso, mas e no Brasil? Como a televisão toma parte neste cenário de modernização pelo alto, da reorganização num instante de liberalização e globalização?

Palavras-chave: Streaming. Televisão. Mídias Sociais. Cultura de Massa.

ABSTRACT: This paper seeks an analysis of the fight for space between streaming services and Earth TV. TV had its rise right after World War II and has improved over the years. *Streaming* emerged in the first half of the iconic 1990s decade, but with some restrictions. While the first sees its years of success threatened, the second has been gaining more and more space and prestige. Today, nearly thirty years after its inception, the streaming market continues to accelerate around the world as VHS and DVD rental companies have dissolved and more and more people are consuming more affordable entertainment. The *streamings*, with each passing year, show themselves stronger and more constant. Among the various motivations that users find to subscribe to services of this type are the offer of new films, they also have the help of the chaotic and pandemic moment in which the world finds itself, as with cinemas closed for a long period, access to services streaming has gained many new users. With people spending more time at home, the consumption of audiovisual products on the internet has grown, causing the

¹ Graduada em Letras pela Universidade Estadual de Maringá (2010) e Mestranda em Comunicação Audiovisual, sob orientação do prof. Dr. Daniel Gambaro, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela Universidade Anhembi Morumbi. E-mail: tatianachiaratti@bol.com.br

offer of streaming services to gradually grow with the arrival of new platforms and, therefore, improving the existing services with a roll of films and series for all tastes. In the world, this transformation is in full swing, but what about in Brazil? How does television take part in this scenario of modernization from above, of reorganization in an instant of liberalization and globalization?

Keywords: Streaming. Television. Social Media. Mass Culture.

INTRODUÇÃO

A Televisão teve um desenvolvimento lento desde o início do século XX. Mas, o interessante é que, pelo menos nos círculos de desenvolvimento tecnológico de algumas empresas, o foco sempre foi transmitir imagens em movimento à distância. Na década de 1930 já havia um modelo viável de transmissão, e a NBC começou a transmitir em 1939. O que ocorreu, entretanto, é que a TV não avançou muito nos anos seguintes, justamente por conta da Segunda Guerra Mundial – por este motivo seu surgimento está associado a questão de “pós-guerra”. Em 1954 foi criada a TV em cores, agora sim no momento “pós-guerra”, mas a TV, branco e preto, já existia antes disso, conforme citado.

Poucos anos depois, em 1962, as primeiras transmissões via satélite de um continente para o outro tornaram a TV o principal meio de comunicação do mundo, mas, talvez, mesmo sem a comunicação via satélite, ainda assim a TV seria o principal meio de comunicação. A TV foi revista pela segmentação do satélite/cabo e entrou no século XXI na força de sua transformação. Deparou-se com tecnologias de informação e já teve sua transformação, irreversível, ao digital. Isso foi um marco para o mundo e assim, gradativamente, a TV foi se aprimorando cada vez mais, tanto no que dizia respeito à programação quanto à tecnologia. Juntamente com seu aperfeiçoamento foram surgindo novas tecnologias, como, por exemplo, a internet em 1969 nos Estados Unidos e a telefonia celular em 1973.

A cada nova década algo era criado ou aprimorado até o surgimento das mídias sociais como sendo canais de relacionamento na internet com diferentes possibilidades de interação. Nos anos de 1990 surgiu um programa de comunicação instantânea, pioneiro na internet, chamado ICQ, que em inglês chamava-se *I Seek You.*, (Eu procuro você) traduzido para o português; e também como não lembrar do obsoleto “Orkut” que

perdeu seu espaço para o Facebook e foi definitivamente abolido em 2014? Mas, assim como tudo na vida é um processo de recriação, várias outras mídias sociais foram surgindo ao longo dos anos, como *Instagram*, *Twitter*, *Linkedin* etc. O principal objetivo das mídias sociais é levar o compartilhamento de conteúdos de qualidade abrangendo assim a rede social e, com isso, lucrar com metadados.

Após o surgimento da televisão, da internet e das mídias sociais, o que podemos dizer sobre os *streamings*? Permeado por interfaces, no sentido de interação, operado por aplicativos e sendo experimentado por meio de TVs conectadas, este sistema audiovisual se ordena segundo gigantescos acervos e fluxos intermináveis, proporcionando mudanças de impacto na cultura contemporânea. Sabemos que esses serviços são baseados na internet e que a cada dia estão mais completos e globalizados. Nos *streamings* podemos ter acesso a um vasto campo de estudo como bibliotecas, estudos científicos e a diversos entretenimentos. Porém, por mais completo e globalizado que sejam os *streamings*, não podemos esquecer que eles surgiram de um outro meio de comunicação bem antigo, muito usado no passado e atualmente, que é o **Rádio**. O rádio foi o primeiro meio de *streaming* usado no mundo, pois as ondas de rádio são moduladas para transmitir diferentes tipos de comunicação. Na radiodifusão, por exemplo, as ondas transmitem áudio, ou áudio e vídeo, em fluxo. Nesse caso, a forma que a onda passa a ter depois de modulada é *análoga* aos impulsos eletromagnéticos gerados, por exemplo, por amplificadores de som. Por isso, transmissão analógica. No caso da TV e Rádio digitais, as ondas são moduladas com informações binárias para corresponder a dois dígitos (0 e 1), daí *digitais*. Esse modelo precisa de um sistema capaz de decodificar pacotes de dígitos. Assim, rádio enquanto tecnologia de transmissão é, ainda hoje, a principal forma de distribuição de informações sem fio, onde as ondas de rádio são operadas em antenas de qualquer tipo: de TV, de telefonia celular, de satélites etc. Enquanto **meio de comunicação de massa**, de fato o padrão do rádio e da TV nasceu como programação em fluxo contínuo. O *streaming* de dados proporciona a continuidade desse modelo, mesmo em transmissões usando outros sistemas. Podemos dizer com isso que a tecnologia é apenas um capítulo da história dos *streamings*.

A IMITAÇÃO DO EXCESSO

Segundo João Martins Ladeira (2016) o mundo moderno é o mundo no qual as imagens se tornam todas “dessacralizadas”, pois circulam pelo mundo sem qualquer barreira, sem qualquer fronteira e sem qualquer limite.

Vivemos num mundo de excessos, pois todos estamos expostos a quantidades absurdas e excessivas de imagens, estamos permeados por isso e, de alguma forma, temos a oportunidade de observar essa mudança na hora em que ela acontece. E esta mudança não é uma ruptura radical de algo que deixaria de lado o passado em direção ao futuro desconhecido e nem uma evolução gradual à sobreposição de experiências que se sucedem no tempo linearmente no qual aquilo que parece melhor hoje deixa para trás aquilo que não era tão interessante há alguns anos, mas é exatamente o contrário disso. Por isso, a imitação do excesso é vista como um esforço muito mais sistemático de lidar com a ideia de que a televisão convencional e as plataformas de *streamings* não são duas coisas opostas, mas absolutamente complementares, onde muitos tempos diferentes e muitas características distintas combinam lado a lado.

De acordo com o livro *A Regra é não ter regras* (2020), em 2007 a Netflix deixou de ser uma singela loja de aluguel de DVDs restrita ao território americano para aquilo que viria a se tornar uma rede global de televisão. Entre dois e três anos depois a *Time Warner*, uma das produtoras de conteúdo mais importantes do mundo e donos da HBO, apostou na ideia de que era absolutamente imprescindível povoar a internet não só com vídeos amadores de pessoas no YouTube, mas povoar este meio digital de comunicação com um conteúdo que parecesse muito com o mesmo conteúdo que se trafegava pelas redes de cabo e de televisão segmentada, já conhecidas, e investir na obrigatoriedade de migrar esse audiovisual da televisão segmentada, da televisão a cabo, por outro meio. Depois de um certo tempo ficou claro que era imprescindível transportar este conteúdo a partir da internet. A expansão global, a princípio da Netflix, nada mais foi, entre uma série de outras coisas, a tentativa de levar a sério essa “obrigação”, de produzir conteúdo de ficção que pudesse estar no mesmo patamar de qualquer produção prestigiada da sétima arte ou da televisão, onde fosse possível ganhar

prêmios, destaque, e se equiparar a outras coisas que já existiam previamente fazendo isso em uma escala absolutamente inimaginável.

Para que isso fosse possível, este audiovisual necessitou, obrigatoriamente, de ferramentas que a televisão convencional desconhecia. Este audiovisual depende, intrinsecamente, de interfaces como softwares, programas de computador, aplicativos e de ferramentas que substituam a televisão, substituam o controle remoto e tornem absolutamente obrigatório que esses mecanismos e essas tecnologias, estejam presentes, pois sem essas ferramentas seria impossível desfrutar deste sistema de audiovisual. Esta interface está presente em todas plataformas de serviços de audiovisual tais como Amazon, Netflix, Globoplay, Youtube dentre outras.

Ao olharmos para essas novas tecnologias observamos traços que já estavam presentes desde a televisão convencional, pois eles ainda têm força, eles ainda existem, eles coexistem, eles coabitam com essas novidades que parecem disruptivas, mas que na verdade podem ser analisadas através de um outro ponto de vista.

A SOCIEDADE DAS MÍDIAS

É inevitável que com a chegada dos *streamings* as mídias analógicas foram substituídas pelos meios digitais e a acessibilidade ao conteúdo de filmes e séries está muito mais viável que há alguns anos, mesmo com questões de distribuição dos conteúdos, royalties e licenciamentos, pois o usuário não precisa se deslocar para alugar um filme ou até mesmo esperar que este filme seja lançado no mundo para depois poder assistir no cinema ou até mesmo em sua casa. Na era da internet, tudo ficou mais fácil, pois basta que o usuário assine uma das diversas plataformas de *streamings* que existem atualmente para ter acesso aos conteúdos audiovisuais para assistir quando, como e onde quiser. Obviamente que isso facilitou, e muito, a vida dos cinéfilos e de todos aqueles que gostam de um bom filme ou série. Porém, já nos perguntamos sobre o significado da sociedade das mídias e de como chegamos na era da internet?

A palavra “mídias” se tornou uma moeda corrente. Nos anos de 1980 não se ouvia muito sobre o termo “mídias”. Voltando aos anos de 1970 até os anos de 1980 nos cursos de comunicação era usado o termo “cultura de massas” ou “comunicação das massas” para se referir às “mídias” e as pessoas estavam imersas nisso. Porém, alguma

coisa aconteceria que colocaria a hegemonia da cultura das massas em “check” e, de fato, já há algum tempo, antes dos anos de 1970, pequenos aparelhos começaram a aparecer que estavam minando e funcionando como pequenos vírus, e com isso colocando em risco o caráter hegemônico, dominante e agigantado do poder da cultura de massas. Lembremos de um filme, que é uma verdadeira filmologia da época, de Win Wenders, chamado *Paris, Texas* (1984). Neste filme os personagens se comunicavam através de um walkman, e ao chamarem uma criança para ver um filme da própria mãe, a criança dizia: “não é minha mãe, é um filme da minha mãe de algum tempo atrás”. Então, a partir daquele filme caseiro, tudo começou a personalizar a informação e a comunicação e isso é chamado de cultura das mídias, que de acordo com Lúcia Santaella (2003) são mídias separadas e que começam a penetrar no ambiente doméstico assim como a TV a cabo e a sua multiplicação.

Manuel Castells também fala sobre isso em seu livro *A Sociedade em Rede* (2013), onde o receptor começa a escolher a informação e entretenimento que ele quer. E isso foi preparando o mundo para a cibercultura, que é a cultura do computador e da internet. Então a cultura das mídias é uma fase intermediária, preparatória entre a cultura de massas e a cibercultura, que é a cultura digital e nós, hoje, estamos sobre a dominância dessa cultura digital, mas existe um detalhe muito importante a ser lembrado: quando falamos que a cultura das mídias é uma transição isso não significa que ela desapareceu. Ela continua viva só que o que temos agora é uma enorme mistura e um leque de potenciais possibilidades que se abre. O receptor hoje tem escolhas que ele jamais poderia sonhar que teria, por exemplo, nos anos de 1960, que foi o apogeu da televisão. Quanto a cultura digital, ela é hoje a cultura que está na superfície, é a última que apareceu, e tende a aparecer mais, pois é a mais recente. Nós estamos fadados a voltar toda nossa atenção para isso, pois de fato ela transformou as mídias que vieram antes. Então, como as mídias estão se multiplicando, as pessoas tendem a dizer que tudo virou cultura das mídias, mas é preciso definir isso com mais lógica e precisão distintas, porque isso nos dá mais clareza pra compreender aquilo que está acontecendo na cultura atual e no mundo que vivemos hoje.

O MAINSTREAM

Partindo para uma outra questão muito importante, o consultor Lucas Conchetto mostra em um Podcast sobre o livro de Frédéric Martel *Mainstream: A Guerra Global das Mídias e das Culturas* (2012) os movimentos que transformaram (e continuam a transformar) a cultura e a influência disso em nossas vidas. Conforme é dito no Podcast, o livro é resultado de cinco anos de pesquisas, com 1.250 pessoas entrevistadas e 30 países visitados. Nessa jornada Frédéric Martel constatou a presença massiva da cultura norte americana nos países que visitou, inclusive nos países em ditadura e forte censura. Ele conclui que é um livro necessário para se entender as mudanças que aconteceram, e ainda acontecem, no mundo e como isso vem mudando a forma de como convivemos e nos relacionamos.

O autor traz a discussão sobre a guerra por conteúdo, a guerra pela influência, e do capital, regidas pela influência do mercado e pelo nosso desejo, mesmo que inconsciente, de influenciar outras pessoas por meio da nossa cultura. O autor mostra como existem culturas inseridas em outras culturas, mas dentro de uma “macro estrutura” chamada Estados Unidos da América. Fala desta influência norte americana em todo o mundo, de como isso se tornou possível e de como essa hegemonia norte americana se dá pela presença do *Mainstream*, que vem a ser uma corrente de pensamento mais comum, ou generalizada, no contexto de uma determinada cultura. E essa corrente de pensamento, ou corrente dominante como também é conhecida, inclui toda a cultura popular e cultura de massa que são difundidas pelos meios de comunicação de massa conhecidos por todos.

O interessante é a questão de um mini mundo dentro do universo chamado Estados Unidos (micro e macro cosmos), pois, de acordo com o autor, o país é um mundo em miniatura e isso influencia tudo o que é produzido lá dentro e dita o seu sucesso por meio desta diversidade de pensamento, de cultura e de liberdade. Entretanto, em vários capítulos, Martel também destaca como outras formas culturais vão se impondo, por exemplo: as novelas brasileiras, o K-Pop etc, pois há um hibridismo cultural, dado pela circulação das produções nesse processo de mundialização. Renato Ortiz (2015) também discute como essas formas universais

recombinam com elementos de diversificação fazendo um apanhado crítico das dimensões da diversidade.

Mas, apesar dos *streamings* estarem em um crescimento acelerado, estarem caminhando para um processo de consumo midiático de referência, como o rádio e a TV, hoje eles ainda não são totalmente dominantes. Também não é possível classificá-los como *mainstream*, porque são apenas o suporte, mas são, atualmente, responsáveis pela oferta *mainstream*, até porque Frédéric Marterl está analisando, em seu livro, conteúdos midiáticos e seu consumo, não as tecnologias por trás destes. Da mesma forma que os serviços ampliam a circulação do conteúdo *mainstream*, também abrem possibilidades do alternativo e do emergente.

A ASCENÇÃO DOS SERVIÇOS DE *STREAMINGS*

Os *streamings* se multiplicam e oferecem uma enorme variedade de filmes e séries, por um valor, acessível, pago mensalmente. NETFLIX, AMAZON, Disney + e a brasileira GloboPlay, são algumas delas. Esses novos meios de consumir entretenimento cresceram tanto que já desbancam a TV fechada entre as famílias brasileiras. É o que mostra o novo estudo do instituto QualiBest de Pesquisas de Mercado. Mas por que o *streaming* se tornou tão popular? Esse serviço proporciona alguma economia para as famílias? A pesquisa indica também que os consumidores estão mais dispostos a pagar pela assinatura dos *streamings* do que de televisão a cabo por vários motivos: o primeiro é que as plataformas digitais são multi telas, ou seja, uma mesma conta pode ser acessada ao mesmo tempo em uma televisão e em um celular, por exemplo. Outro motivo é a maior flexibilidade que esses serviços permitem na hora de assistir à filmes e séries. O espectador pode ver quando quiser e na hora que quiser. Essa facilidade, segundo os pesquisadores, vai manter o *streaming* a frente da concorrência por muito tempo. Ainda de acordo com o instituto QualiBest, 66% dos entrevistados possuem serviços de *streaming*, enquanto 40% mantem a assinatura de canais de TV a cabo. O estudo mostra que o *streaming* mudou significativamente o mercado audiovisual, pois 37% dos entrevistados cancelaram suas assinaturas de canais fechados de TV. A Disney +, por exemplo, chegou ao Brasil em novembro de 2020 e já é assinada por 20% dos entrevistados, quase o mesmo que a GloboPlay que está no mercado há 6 anos e tem 22% dos participantes. Com o aumento de números de plataformas, é comum que as

famílias paguem por mais de uma. Se fosse assinar todos os principais *streamings* disponíveis no Brasil (NETFLIX, AMAZON, GloboPlay e Disney +) uma família gastaria em média R\$120, 00 por mês ou quase R\$1.500 reais em um ano.

Com todas essas facilidades oferecidas pelos serviços de *streamings* atreladas ao seu crescimento acelerado, poderíamos afirmar que não existiria mais lugar para a televisão?

O FIM DA TV ESTÁ PRÓXIMO?

O ativista e autor norte americano, Jerry Mander, publicou o livro *Os quatro Argumentos para acabar com a Televisão* (1999) antes mesmo de todas essas questões sobre *streamings*, *mainstream*, mídias sociais etc. Neste livro, o autor se apoia em cada um destes argumentos para dizer que a televisão não está apenas prestes do fim, mas de como pode ser possível eliminar de uma vez por todas este importante meio de comunicação. Mas, será que mais de duas décadas após seu lançamento e com a chegada dos *streamings* e a concorrência deles para se manter ativos, mais a ajuda da internet para que consigam esse resultado, podemos concordar com Mander e arriscar que a televisão esteja caminhando para um possível fim?

O primeiro dos quatro argumentos diz que a TV, enquanto elemento fundamental dos "ambientes completamente artificiais" em que vivemos torna impossível distinguir a verdade da ficção, pelo que favorece "a implantação de realidades arbitrárias" (p. 61). A hipótese aqui instaurada pelo autor é de que o espectador, além de se deparar com imagens de realidades exteriores a sua própria experiência, estaria perdendo o controle de sua mente. Mas em um mundo onde a cultura digital está inserida, isso se aplicaria "apenas" à televisão?

O segundo argumento afirma que "uma conspiração de fatores tecnológicos e econômicos levou inevitavelmente" à situação em que a TV é "controlada por um punhado de conglomerados comerciais" e é usada para "recriar seres humanos em novas formas, adaptadas aos ambientes artificiais e comerciais" (p. 141). Aqui Mander conclui, também, que qualquer outra utilização da TV, exceto a publicidade e a programação comercial, não faria muito sentido, sendo, com isso, impossível uma programação de qualidade. Mas, podemos dizer que os outros meios trabalham com o tempo passado, com o que já aconteceu, enquanto a televisão trabalha com o presente, o agora. Ao ligarmos o aparelho de televisão nos encontramos em um "eterno presente" e

até um futuro ao falarmos sobre os canais de previsões meteorológicas. Podemos ir além ao lembrar de países que sofrem com diversas catástrofes naturais e, com isso, criaram canais de previsão do tempo que ficam 24 horas no ar dando previsões em tempo real, e futuro, para que a população possa estar preparada em relação às possíveis catástrofes e, com isso, ter a chance de salvar a própria vida.

O terceiro argumento aponta para os efeitos negativos da TV na saúde dos espectadores. Ela "pode criar doenças", além de causar "o condicionamento necessário ao controle autocrático" (p. 193), um autêntico caso para "chamar a polícia" (p.198). A TV induz a violência, priva-nos dos sentidos (pp. 208-9), obscurece a mente (p.239), ultrapassa a consciência (p.248), inibe a aprendizagem (p.255), pelo que é inútil como forma de educação, não descontraí, (p.262), "inibe a nossa capacidade de pensar" (p.266). Diante de todas essas afirmações, podemos aqui citar o texto de Arlindo Machado, *A TV levada a sério* (2000) onde o autor deixa claro que a Televisão é o mais importante meio de comunicação, e o mais importante sistema de expressão e significação desde a segunda metade do século XX até os dias atuais. Apesar de atualmente estar sendo muito contestada por outros meios que estão se tornando hegemônicos, ainda assim a televisão desempenha um papel fundamental na vida da grande maioria das pessoas do planeta, principalmente daquelas pessoas que têm menos acesso a outras formas de cultura. Então, é impossível pensar o século XXI sem a presença da televisão. Ela serve para as mesmas razões que os outros meios de comunicação e as outras artes servem, que é para o ser humano se exprimir, colocar suas ideias e se comunicar com os outros seres que se relaciona. Essa é a ideia básica da televisão. Desde o início este é o ponto de partida que está por trás da televisão. A televisão, por ser a mais popular dentre os meios, tem mais capacidade de comunicação que os outros meios mais sofisticados ou com um acesso mais restrito. Ela serve para o homem contemporâneo se comunicar com outros homens contemporâneos.

E, por fim, o quarto argumento fecha a construção ideológica de Mander: a TV não pode ser alterada nos conteúdos por serem eles predeterminados pela tecnologia, a qual "implica a manipulação": "isto não pode ser alterado" (p. 325). Mander conclui que "pobres, índios, ecologistas, políticos radicais, budistas zen, operários fabris, revolucionários, artistas, comunistas, ludditas, hippies, botânicos, para além de muitos outros grupos vítimas de exclusão não poderão ter "o controle da televisão". (p. 328). Logo, para Mander, a TV é nefasta. Diante desse argumento, é possível entender que existe um determinismo tecnológico puro e equivocado. Passadas duas décadas desde

que escreveu este livro, talvez Mander precisasse rever alguns conceitos sobre suas afirmações, pois a televisão vem se desinibindo ao longo dos anos. Ela, como já comentado, entrou na era digital de uma maneira irreversível e vem dialogando com outros meios como a internet e, uma coisa é certa: a TV, por muito tempo, foi essencial para a formação da cultura de massa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É difícil prever até que ponto os *streamings* continuarão a crescer no Brasil, mas chegar ao ponto de determinar que a televisão está prestes ao fim seria uma utopia. A TV pode, de fato, estar perdendo audiência, mas não o seu prestígio e sua história. Diferente da indústria musical, que cometeu um erro durante a chegada do MP3 ao atacarem a inovação ao invés de se adaptar e fazer parte da mudança, onde as gravadoras vendiam fonogramas, bens imateriais que tinham valor de produto, a TV, no passado e hoje, vende audiência para anunciantes e inseriu-se na cultura digital, pois não está mais preocupada apenas com alta definição, qualidade de imagem e de som, mas sim busca uma interatividade com seu espectador. A televisão aliou-se a novas tecnologias, como a internet, sem perder sua originalidade. Considerando que boa parte do que tem disponível nos *streamings* são produções originalmente de canais de TV convencionais ou coproduções.

REFERÊNCIAS

- CASTELLS, Manuel. **Sociedade em rede**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2013.
- CONCHETTO, Lucas. Frédéric Martel: Mainstream. **Newsletter**, 2021. Disponível em: <https://lucasconchetto.com/mainstream-frederic-martel/> acesso em 27/06/2021.
- CORREA, Fabiano. A história do Streaming: veja como foi o começo de plataformas como a Netflix. **Ingresso para**, 2020. Disponível em: <https://ingressopara.com.br/a-historia-do-streaming-veja-como-foi-o-comeco-de-plataformas-como-a-netflix/> acesso em 27/06/2021.
- LADEIRA, João Martins. **Imitação do Excesso: Televisão, Streaming e o Brasil**. Rio de Janeiro: Folio Digital, 2016.
- MACHADO, Arlindo. A televisão levada a sério. [S.l: s.n.], 2000.
- MANDER, Jerry. **Quatro argumentos para acabar com a televisão**. Lisboa: Antígona, 1999.

MARTEL, Frédéric. **Mainstream: a guerra global das mídias e das culturas**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.

MARTINS, Diego. Quem inventou e onde surgiu a televisão? **Minilua**, 2018. Disponível em: <https://minilua.com/quem-inventou-onde-surgiu-televisao/> acesso em 25/06/2021.

ORTIZ, Renato. **Universalismo e diversidade: contradições da modernidade-mundo**. São Paulo: Boitempo, 2015.

SANTAELLA, Lucia. **Cultura das mídias**. 4a. ed. São Paulo: Experimento, 1992 [2003a].

TORRES, Eduardo Cintra. Quatro mandamentos para abolir a televisão. **P2**, 1999. Disponível em: <https://www.publico.pt/1999/05/29/jornal/quatro-mandamentos-para-abolir-a-televisao-134175> acesso em 27/06/2021.

Uso de Plataformas streamings no Brasil. **Qualibest**, 2020. Disponível em: <https://www.institutoqualibest.com/download/uso-de-plataformas-streaming/> acesso em 27/06/2021