

# Como analisar filmes e séries na era do *streaming*

LEONARDO MOURA



*COMO ANALISAR FILMES E SÉRIES NA ERA DO STREAMING*

Copyright © 2023 by Leonardo Moura

Direitos desta edição reservados por Summus Editorial

Editora executiva: **Soraia Bini Cury**

Edição: **Janaína Marcoantonio**

Preparação: **Mariana Marcoantonio**

Revisão: **Júlia Rodrigues**

Capa: **Alberto Mateus**

Projeto gráfico e diagramação: **Crayon Editorial**

## **Summus Editorial**

Departamento editorial

Rua Itapicuru, 613 – 7º andar

05006-000 – São Paulo – SP

Fone: (11) 3872-3322

<http://www.summus.com.br>

e-mail: [summus@summus.com.br](mailto:summus@summus.com.br)

Atendimento ao consumidor

Summus Editorial

Fone: (11) 3865-9890

Vendas por atacado

Fone: (11) 3873-8638

e-mail: [vendas@summus.com.br](mailto:vendas@summus.com.br)

Impresso no Brasil

# Sumário

<b>1</b>	UM OLHAR PARA UM MUNDO DOMINADO POR VÍDEOS . . . . .	7
	Isso é muito <i>Black mirror</i> ... . . . .	13
<b>2</b>	CONTAR HISTÓRIAS: ONTEM, HOJE, SEMPRE... . . . .	15
	Folhetim: impresso ontem, em vídeo hoje. . . . .	16
<b>3</b>	QUE MUNDO ENCONTRAMOS NO AUDIOVISUAL? . . . . .	31
	A vida como romance burguês. . . . .	32
	Desilusão com o mundo moderno . . . . .	39
	Outras lentes para enxergar o mundo e o papel das lutas identitárias. . . . .	42
	O relativismo como espírito do tempo . . . . .	44
	Contexto brasileiro: tudo ao mesmo tempo agora. . . . .	47
<b>4</b>	O DESAFIO DA ANÁLISE DO ESPÍRITO DO TEMPO . . . . .	57
	Como analisar . . . . .	57
	Materialismo cultural . . . . .	58
	Estrutura de sentimentos . . . . .	60
<b>5</b>	ANÁLISE DO FILME <i>MARIGHELLA</i> . . . . .	63
	A estrutura narrativa e o contexto do lançamento . . . . .	63
	<i>Marighella</i> e sua relação com o espírito do nosso tempo . . . . .	70
<b>6</b>	ANÁLISE DA SÉRIE <i>YEARS AND YEARS</i> . . . . .	85
	O formato . . . . .	85
	A estrutura narrativa . . . . .	86
	Relação com o espírito do nosso tempo . . . . .	94
<b>7</b>	CONSIDERAÇÕES FINAIS . . . . .	131
	REFERÊNCIAS . . . . .	135

# 1. Um olhar para um mundo dominado por vídeos

EM 2020, O BRASIL e o mundo se confinaram em casa diante da ameaça de um vírus desconhecido. Por recomendação sanitária e ação de governos estaduais, os brasileiros receberam a orientação de evitar todo e qualquer tipo de atividade e contato não essenciais até que se pudesse compreender a melhor forma de combater a pandemia de covid-19.

Nesse ano, durante o período de reclusão, o consumo de telas cresceu no Brasil. Confinadas, as pessoas passaram mais tempo na frente de telas grandes (TVs) e pequenas (*smartphones*), bem como das telas de computador, que fizeram parte da rotina daqueles que realizaram o teletrabalho. Os aplicativos de teleconferência — como Zoom, Microsoft Teams e Google Meet — deslancharam, tornando-se fundamentais para reuniões profissionais e pessoais.

Isso não se compara, porém, ao que aconteceu com o consumo de audiovisuais, tanto para fins educativos quanto como entretenimento. No fim de 2020, em seu evento anual de posicionamento no mercado publicitário brasileiro, o Google divulgou que, durante aquele ano, mais da metade da população brasileira havia assistido a pelo menos um vídeo por mês no YouTube.

Na época, as categorias em destaque eram relacionadas a decoração e atividades no estilo “faça você mesmo”. Afinal, em casa, quando não estavam diante das telas, as pessoas puderam olhar melhor para o espaço onde viviam e, dentro de suas possibilidades, ressignificá-lo, fosse reformando, pintando ou trazendo plantas e animais de estimação para o lar.

Em 2020, o mercado de *streaming*<sup>1</sup> sofreu forte expansão. Mesmo com estádios fechados e produções nacionais e internacionais paralisadas, a Globo relançou o Globoplay. A partir de então, além de um catálogo de séries, novelas e *reality shows* sob demanda, passou a oferecer ao assinante a possibilidade de assistir, na mesma plataforma, à programação ao vivo dos canais pagos da emissora, como SporTV, Multishow, GNT, GloboNews etc. Ainda nesse ano, a Disney lançou, mundialmente, seu serviço de *streaming*, o Disney+, com sucessos produzidos em seus estúdios de animação e produções que vinham sendo adquiridas de forma estratégica ao longo dos anos a fim de aumentar a competitividade de seu catálogo.

O grupo Disney passou a incluir a franquia Star Wars (com séries inéditas), documentários da National Geographic e filmes da Marvel. Combinando acervo e produção original, essas plataformas — além de outras, como Apple TV+, Paramount+, Starzplay (hoje Lionsgate+), Star+ (também do grupo Disney) e Amazon Prime Video — estruturaram-se para atrair a atenção do consumidor. A HBO Max surgiu em maio de 2020 e passou a disputar mundialmente uma porção do tempo do consumidor dedicado às telas e, acima de tudo, ao bolso.

Com modelo de transmissão linear, a tevê convencional, cujos programas passam em horários predeterminados, também ganhou mais atenção do telespectador durante o período pandêmico. Diariamente, o tempo em que a tevê ficou ligada, fosse em canais abertos ou por assinatura, chegou a 7h9min, 37 minutos a mais em relação a 2019, o maior nos cinco anos anteriores.<sup>2</sup> A fim de garantir mais opções de entretenimento audiovisual para

---

1. Transmissão de dados de produtos audiovisuais por meio de plataformas digitais, como YouTube, Netflix ou Twitch.

2. Consumo de vídeo bate recorde no Brasil. *Kantar Ibope Media*, 9 mar. 2021. Disponível em: <https://kantaribopemedia.com/conteudo/consumo-de-video-bate-recorde-no-brasil>. Acesso em: 20 jan. 2023.

os lares brasileiros, em março e abril de 2020, operadoras de tevê por assinatura — como Claro, Vivo, Sky e Oi — liberaram o acesso a alguns de seus canais *premium*.

Pela atuação dessas empresas, nota-se que o tempo dedicado às telas é valorizado pela audiência. É por meio dessas telas, grandes ou pequenas, que a publicidade influencia o consumidor, já que o vídeo é o formato preferido das marcas anunciantes. A disputa pela atenção do público acontece também pela oferta de diferentes tipos de produção audiovisual — como espetáculos musicais, eventos esportivos, *reality shows* de competição e filmes —, mas sobretudo pela transmissão de histórias em formato de série. Embora os filmes representem 65% do catálogo da Netflix Brasil, entre as pessoas que gostam de assistir à televisão, as séries cresceram como preferência de entretenimento audiovisual.

A criação de franquias de séries que possam desdobrar-se em muitas temporadas passou a ser o objetivo de negócio das empresas que produzem e distribuem audiovisuais em formatos longos (mais de quinze minutos por episódio). Para essas empresas, o retorno financeiro vem de um consumidor disposto a pagar pelas histórias que as narrativas lhe contam. Além disso, existe a conveniência de poder assistir a elas tanto em casa quanto no trânsito, pelos *smartphones*. Assim, temos um mercado reestruturado para produzir e consumir preferencialmente séries, que têm o que um comerciante chamaria de “mais saída”.

Tudo isso comprova que é com as séries e os filmes que o consumidor se entretém, principalmente na tela grande, e é a partir desses formatos que nos olhamos como sociedade. As histórias que consumimos e a que assistimos são tema de conversas entre amigos. Vemos fãs mobilizados em redes sociais em defesa de novas temporadas ou de personagens que adoram. E, ainda que diante de uma oferta de produtos audiovisuais inédita em nossa história, às vezes nos damos ao luxo de pensar que não há nada de bom para assistir. Isso ocorre porque, certamente, alguma

produção já nos cativou no âmago, tornando-se referência da experiência mais enriquecedora que podemos ter diante das telas.

Qual é a sua série favorita? Que filme marcou você? Consegue dizer por quê? Este livro ajuda a compreender do que tratam as séries e os filmes como produtos culturais e midiáticos contemporâneos. É importante frisar que o nosso aporte permite realizar uma análise cultural daquilo que o audiovisual espelha da sociedade. Vamos apreender o que contam, escondem ou revelam com base nas histórias narradas em formatos audiovisuais. Para compreender as narrativas, recorreremos a um autor que viveu no século 20 e, por ser apaixonado por televisão, teatro e literatura, é ainda a maior referência para esse tipo de análise. Trata-se do escritor, jornalista e acadêmico galês Raymond Williams (1921-1988), cuja contribuição teórico-metodológica é usada ainda hoje por empresas que aferem as tendências comerciais no Brasil e no mundo. Veremos por que e como aplicar esse método para analisar o audiovisual, formato onipresente na vida mediatizada, treinando o olhar para perceber como as histórias falam dos elementos presentes no tempo e na sociedade atuais.

O foco de Williams (2016) era entender a produção tendo o indivíduo por centro, na vivência daquilo que era hegemônico na sociedade quanto ao registro (as artes, por exemplo), as estruturas (como as instituições) e as práticas (sociais e cotidianas). A tevê estava em ascensão quando o autor formulou seu pensamento, sendo o foco constante de seu interesse. Mesmo sendo um crítico literário, Williams foi o primeiro a escrever um livro sobre o tema, em 1974. Para o autor, devemos acrescentar à literatura as artes visuais, a música e aquilo que ele chamou de “artes abrangentes”, como o cinema, o rádio e a televisão.

Analisaremos duas obras audiovisuais abrangentes que abordam temas do cotidiano. A primeira delas é o filme *Marighella* (2019, 2h35min), produção polêmica da O2 Filmes — produtora do cineasta Fernando Meirelles — dirigida pelo renomado ator

Wagner Moura. *Marighella* é um longa-metragem que parte da história verdadeira do guerrilheiro brasileiro mais famoso no combate à ditadura militar. A película ganhou contornos políticos durante a trajetória de seu lançamento por sua relação implícita com os movimentos sociais do país no período.

A segunda obra é a série televisiva *Years and years*, lançada em 2019 pela HBO e pela BBC One. De acordo com a crítica especializada e a avaliação da audiência no *site* Internet Movie Database (IMDb), a série constitui uma das melhores expressões audiovisuais contemporâneas ao se propor a ensaiar um breve futuro da humanidade. Em seis episódios de 60 minutos, *Years and years* acompanha a vida de uma família inglesa de classe média que, em função das suas conexões em redes sociais e do auxílio de um assistente de voz, mantém-se unida para sobreviver às transformações políticas e sociais de 2019 a 2034 — expressas em crise imigratória, ascensão política da extrema direita, crise energética, colapso financeiro, pós-humanismo, desconfiança social e crise das instituições democráticas. A família vivencia em sua cidade fenômenos globais e se esforça para lidar por conta própria com as adversidades conjunturais.

Essas obras culturais estão presentes no dia a dia dos brasileiros, que compõem uma enorme audiência apaixonada pelo audiovisual. Nesse sentido, nossa metodologia permite analisar qualquer outro produto. Somos um país onde a tevê está presente em 97% dos domicílios (IBGE, 2018) e temos em média dois dispositivos digitais por habitante, divididos entre *smartphones*, *desktops* e *tablets*<sup>3</sup>. Assim, os produtos analisados se inserem num contexto mercadológico de disputa de tempo, atenção e dinheiro de um consumidor com apetite por boas histórias desde a infância.

---

3. Brasil tem dois dispositivos digitais por habitante, revela pesquisa da FGV. FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS, 21 maio 2021. Disponível em: <https://portal.fgv.br/noticias/brasil-tem-dois-dispositivos-digitais-habitante-revela-pesquisa-fgv>. Acesso em: 20 jan. 2023.



Essa ânsia por narrativas que expliquem o mundo, inspirem jornadas individuais, tragam contentamento ou amenizem sofrimentos está presente ao longo de toda a história da humanidade, mas tem ampla difusão a partir do século 19, com a expansão das cidades e da sociedade industrial rumo aos tempos contemporâneos, iniciados no pós-Segunda Guerra Mundial.

Começamos este livro pelo resgate do início da abundante disseminação de histórias. A seguir, escolhemos autores que nos auxiliem a apreender a visão de mundo que encontraremos nas narrativas das obras selecionadas. É fundamental a escolha de autores que nos ajudem a interpretar determinada época para que possamos analisar os produtos culturais do nosso tempo sem nos atermos ao senso comum e aos nossos vieses. Para fundamentar este livro, escolhemos autores como o polonês Zygmunt Bauman, os franceses Michel Foucault e Gilles Lipovetsky, a italiana Silvia Federici, o brasileiro Jessé Souza e a estadunidense Michiko Kakutani.

Em seguida, adentramos a conceituação do nosso apoio analítico para a interpretação de filmes e séries a fim de, na sequência, analisarmos as obras *Marighella* e *Years and years*. A fim de explicitar a relevância das narrativas contemporâneas, não só de acordo com a crítica especializada como também com base nas avaliações do público de filmes e séries em *sites* sobre cinema e tevê, trazemos outros elementos. Levantamos críticas e matérias publicadas em veículos brasileiros, como *Folha de S.Paulo*, *Veja*, *AdoroCinema*, *UOL* e *B9*, além dos internacionais *El País* (Espanha), *The New York Times* (Estados Unidos), *The Guardian* (Grã-Bretanha) e *Le Monde* (França).

Enquanto Wagner Moura declarava à imprensa que seu filme reconstruía uma história política relevante para o contexto brasileiro da terceira década do século 21, a crítica da *Folha de S.Paulo*, por exemplo, reconhecia essa relevância, mas, por outro lado, apontava que a obra não fora capaz de fazer o público compreender por que Carlos Marighella não conseguiu reunir

uma base de apoio popular para sua luta (Coutinho, 2021). O *site* AdoroCinema atribuía o ritmo acelerado e os tiroteios de *Marighella* à tentativa do diretor de atrair o público jovem para as telas, para que tivessem contato com a história de vida do político e guerrilheiro (Carmelo, 2019). Quanto a *Years and years*, o *New York Times* definiu a série como uma distopia em que tudo desmorona rapidamente (Poniewozik, 2019), até mesmo para os Lyons, a família de classe média que em outros tempos passaria ileso pelos desastres mundiais. O jornal britânico *The Guardian* chegou a considerá-la o programa de tevê mais assustador na época (MacInnes, 2019).

Nossa análise vai comparar as visões de teóricos a respeito de cada época com o que ocorre nas narrativas nas telas, ou seja, cruzar as narrativas com os fatos, no intuito de verificar a semelhança entre eles, amarrando essa visão combinatória para entender os produtos audiovisuais como espelhos do seu tempo. Espero que ao final da leitura, ao assistir a uma série ou a um filme no seu *streamer* favorito, o leitor possa exercitar a mente para entender o que está por trás das narrativas e a que elementos da sua época elas fazem alusão.

## **ISSO É MUITO *BLACK MIRROR*...**

Antes de prosseguirmos, um aviso: este livro não é sobre o filme *Marighella* ou a série *Years and years*. É, isto sim, sobre um método que nos permite analisar obras audiovisuais de qualquer época, para compreendermos sua relação com a época em que se desenrolam ou o momento social em que vivemos. Esse método permite ainda elucidar na mente de um especialista — ou mesmo de um curioso — por que algumas narrativas sobressaem.

Nos próximos capítulos, além de trabalharmos com a contribuição metodológica escolhida, acima de tudo a colocaremos em prática. Isso permitirá compreender e demonstrar por que