

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES – CCHLA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DA MÍDIA - PPgEM/UFRN

**CIRCULAÇÃO E CONSUMO ASSINCRÔNICOS:
NOVAS FORMAS DE ASSISTIR TELEVISÃO**

MATHEUS CAMPOS CIRNE

Natal
2016

MATHEUS CAMPOS CIRNE

**CIRCULAÇÃO E CONSUMO ASSINCRÔNICOS:
NOVAS FORMAS DE ASSISTIR TELEVISÃO**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, na linha de pesquisa Estudos da Mídia e Produção de Sentido.
Orientadora: Professora Dr^a Maria Ângela Pavan

Natal
2016

Catálogo da Publicação na Fonte.
Universidade Federal do Rio Grande do Norte.
Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (CCHLA).

Cirne, Matheus Campos.

Circulação e consumo assíncronos: novas formas de assistir televisão /
Matheus Campos Cirne. – 2016.

120 f.: il. -

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte.
Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-Graduação em
Estudos da Mídia, 2016.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Maria Ângela Pavan.

1. Televisão – Seriados. 2. Comunicação – Aspectos sociais. I. Pavan,
Maria Ângela. II. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. III. Título.

RN/BSE-CCHLA

CDU 316.774

MATHEUS CAMPOS CIRNE

FOLHA DE APROVAÇÃO

**CIRCULAÇÃO E CONSUMO ASSINCRÔNICOS:
NOVAS FORMAS DE ASSISTIR TELEVISÃO**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, na linha de pesquisa Estudos da Mídia e Produção de Sentido.
Orientadora: Professora Dr^a Maria Ângela Pavan

BANCA EXAMINADORA

Orientadora: Prof.^a Dr^a Maria Ângela Pavan
PPGEM/UFRN

Examinador Interno: Prof.^a Dr^a Josimey Costa da Silva
PPGEM/UFRN

Examinador Externo: Prof. Dr^o Marcel Vieira Barreto da Silva
PPGC/UFPB

AGRADECIMENTOS

A Audra, companheira e incentivadora em todas as horas. Seu carinho, amizade, incentivo, ajuda, críticas e elogios foram fundamentais para que esta dissertação se tornasse realidade.

A minha família. Meus pais, Milton e Fátima, que sempre incentivaram a trilhar caminhos com liberdade, autonomia e prazer. Meus irmãos, Victor e Madalena, parceiros de todas as horas, distantes ou não, para conversar, debater e rir.

A minha orientadora, professora Ângela Pavan, que aceitou entrar no mundo dos seriadores e me guiar até a finalização deste projeto.

As professoras Taciana Burgos e Josimey Costa, pelas contribuições nos Seminários de Orientação à Dissertação. Ao professor Juciano Lacerda, por cumprir o mesmo papel durante a qualificação. À professora Eloísa Klein, pela importante colaboração em várias etapas deste projeto. E ao professor Marcel Silva, por gentilmente aceitar fazer parte desta banca.

A amiga Dina Azevedo, pela ajuda e disposição em transformar os dados em belos gráficos.

A todos os amigos do PpGem 2014: César, Hélio, Virgínia, Geórgia, Alan, Ben, Anna Paula, Gilberto, Andrielle, Clara, Jadson, Maisa, Tati, Day, Dahiana, Mayara, Paulinha, Giordano, Dani e Manu. Vocês são os melhores!

Por último, a todos os seriadores, anônimos ou não. Em especial, E.C., L.S. e M.F., que gentilmente me cederam um pouco do seu tempo para me ajudar a dar sentido à recepção das séries.

“Que o que vem a seguir seja comunicação ou entendimento não se deve ao fato de eu e ele compartilharmos uma linguagem, no sentido de conhecermos os significados das palavras individuais e as regras para combiná-las, mas deve-se a que uma maneira de pensar, uma forma de vida nos compartilha e nos implica num mundo de objetos, intenções, metas, procedimentos, valores (...)”.

STANLEY FISH

RESUMO

Os seriados de televisão norte-americanos são um produto audiovisual de circulação global, assistidos por audiências em todo o planeta. Caracterizados por uma periodicidade fixa, e exibições semanais regulares, os seriados se transformam quando passam a ser produzidos por empresas que oferecem conteúdo audiovisual sob demanda, que disponibilizam todos os episódios simultaneamente. Esta pesquisa investiga como fãs de seriados assistem e interpretam esses programas, dentro de um contexto participativo, levando em conta este novo ritual de assistência televisiva. Os seriados analisados são produções realizadas por canais tradicionais de televisão (Masters of Sex, Orphan Black e True Detective) e pelo provedor de conteúdo sob-demanda Netflix (House of Cards, Marvel's Daredevil e Orange is the New Black) Os fãs estudados, enquadrados no conceito da cultura das séries (SILVA, 2014), são membros do Clube dos Seriadores Anônimos do RN, um grupo que reúne aficionados por seriados. Para os fins desta pesquisa, o grupo foi considerado uma comunidade interpretativa (FISH, 1976), e foram analisados como fãs sob a ótica de Jenkins (1992/2013, 2006, 2009) e Hills (2002). As novas formas narrativas dos seriados televisivos, e suas relações com o público e com os produtores foram observadas segundo os conceitos da televisão complexa (MITTELL, 2015) e hipertelevisão (SCOLARI, 2009). A metodologia se valeu de abordagens etnográficas para traçar as práticas realizadas pelos sujeitos e construir uma interpretação de suas relações com as séries de televisão, que envolve realização de entrevista com três membros do grupo, e observação dos comentários publicados na página do Facebook do Clube dos Seriadores Anônimos do RN. Através do uso da análise de conteúdo, o estudo propõe a classificação destes em esferas de participação. São elas: afetiva, avaliativa, elucidativa, especulativa e lúdica. Por fim, o consumo midiático destes fãs foi caracterizado utilizando conceitos proposto por Lipovetsky (2007) e Rushkoff (2012).

Palavras-chave: cultura das séries; fãs, circulação assíncronica; produção de sentido; televisão complexa.

ABSTRACT

North American television series are an audiovisual product of global circulation, consumed by audiences around the world. Characterized by a fixed schedule, and regular weekly exhibitions, the series mutate when made by companies that provide video content on demand, delivering all the episodes simultaneously. This research explores how fans watch and interpret these shows in a participatory context, taking into account this new TV-watching ritual. The analyzed series are made by traditional television channels (Masters of Sex, Orphan Black e True Detective) and by the video-streaming service Netflix (House of Cards, Marvel's Daredevil e Orange is the New Black). The individuals studied, framed as members of TV series culture (SILVA, 2014a), are members of Clube dos Seriadores Anônimos do RN, a group that gathers TV series aficionados. For research purposes, the group will be considered an interpretive community (FISH, 1976), and will be evaluated under the theories of Jenkins (1992/2013, 2006, 2009) and Hills (2002). New television narrative forms and its relationships with the audience and producers were observed according to the concepts of complex television (MITTELL, 2015) and hypertelevision (SCOLARI, 2009). Our proposed methodology drew from ethnographic approaches to map the practices carried out by the individuals and interpret its relations with TV series, which involved conducting interviews with three group members, and observation of the comments posted on the Clube dos Seriadores Anônimos do RN Facebook page. Using content analysis, the study proposes the classification of these comments as participative spheres: affective, evaluative, informative, speculative and ludic. Lastly, the fans media consumption was characterized using concepts proposed by Lipovetsky (2007) Rushkoff (2012).

Keywords: TV series culture; fans; asynchronous circulation; meaning making; complex television.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: País de Origem dos seriados comentados	19
Gráfico 2: Frequência de comentários por semana	97

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Total de comentários (por série, temporada, antes da estreia e sobre episódios específicos	100
---	------------

LISTA DE IMAGENS

Figura 1: Imagem da secção de comentários de <i>Orange is The New Black</i>	40
Figura 2: Tipos de usuários brasileiros nas redes sociais	76
Figura 3: Imagem da secção de comentários de <i>True Detective</i>	81
Figura 4: Imagens de memes inspirados na série <i>Orange is the New Black</i> e vídeo inspirado na série <i>Orphan Black</i>, compartilhados pelos seriadores	83
Figura 5: Fanart produzida por um seriador. Retrato da atriz Tatiana Maslany	84
Figura 6: Imagem da secção de comentários de <i>Orange is the New Black</i>.....	88
Figura 7: Imagem da secção de comentários de <i>House of Cards</i>.....	99

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
CAPÍTULO 1. OS SERIADOS DE TELEVISÃO	17
1.1 O início: a era das grandes redes.....	20
1.2 A segunda era de ouro	23
1.3 Hipertelevisão e televisão complexa	26
1.4 Os seriados no Brasil	33
1.5 O Netflix	36
1.5.1 Orange is The New Black	39
1.5.2 House of Cards	41
1.5.3 <i>Marvel's Daredevil</i>	43
CAPÍTULO 2. O TEMPO NA TELEVISÃO	46
2.1 O Fluxo televisivo.....	48
2.2 Rompendo o fluxo.....	50
2.3 Binge viewing: “maratonando” às séries	54
2.4 Séries assíncronas	60
CAPÍTULO 3. FÃS, COMUNIDADES E PARTICIPAÇÃO	62
3.1 Os Seriadores do Rio Grande do Norte.....	67
E.C.....	72
L.S.	72
M.F.	73
3.2 O Clube dos Seriadores Anônimos do RN.....	74
3.3 As Esferas de Participação	78
3.3.1 Avaliativa.....	78
3.3.2 Afetiva	80
3.3.3 Lúdica.....	82
3.3.4 Elucidativa.....	85
3.3.5 Especulativa	88
3.5 Assistindo as séries assíncronas	93
3.6 O seriador como turboconsumidor.....	101

CONSIDERAÇÕES FINAIS	105
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	112
ANEXOS	119

INTRODUÇÃO

Longe da antiga televisão, o que se vê atualmente é um número exacerbado de produções audiovisuais, além de uma facilidade de acesso a grande parte do que foi produzido no passado. Imaginem, portanto, um jovem espectador de séries televisivas. Ao acordar pela manhã, liga seu aparelho no quarto e assiste ao décimo episódio da quarta temporada de *Community*¹. Mais tarde, na mesma televisão, aciona o seu receptor digital e assiste a gravação de um episódio inédito de *Arrow*, exibido na noite anterior. Depois, segue para o computador e procura legendas para o novo episódio da comédia *Broad City*, série inédita na televisão brasileira, mas “baixada” em site de compartilhamento de arquivos. No caminho para a casa de amigos, onde planeja assistir três ou quatro episódios de *House of Cards*, nosso espectador “mata o tempo” no ônibus assistindo, pelo YouTube, no *smartphone*, um episódio da série *NewsRadio*, cancelada em 1999.

Envolto nesta imensa engrenagem cultural e tecnológica, surge um novo consumidor, voraz, e que não está mais preso as amarras da grade televisiva. Este trabalho pretende estudar quem é este consumidor e como se dá sua experiência com o consumo destas imagens.

O estudo investiga como se dá a assistência de seriados de televisão por parte de espectadores-fãs, inseridos no contexto da cultura das séries (SILVA, 2014a) caracterizada como um movimento calcado a partir de três pilares centrais: a sofisticação das formas narrativas, o contexto tecnológico e os novos modos de consumo, participação e crítica textual. Levando em conta que Silva (2014a) apresenta os três conceitos como partícipes de um processo dialético “cujos termos em questão se inter-relacionam, influenciando uns aos outros sem ordem hierárquica preestabelecida” (SILVA, 2014a, p. 251), buscaremos interpretar como os novos modos de consumo se estabelecem frente às mudanças tecnológicas e formais da televisão contemporânea.

Os espectadores-fãs serão percebidos sobre a ótica de Jenkins (1992/2013, 2006, 2009) e Hills (2002), como sujeitos que representam a vanguarda do consumo midiático, são profundamente engajados nas séries que assistem, e resistem à autoridade institucional, ao mesmo tempo em se apresentam como consumidores modelo aos olhos da indústria.

As mudanças formais das séries televisivas anunciadas por Silva (2014a) serão analisadas através da ótica da hipertelevisão (SCOLARI, 2009) e da televisão complexa

1

Por existirem divergências nas traduções dos títulos de alguns dos seriados exibidos no Brasil, optamos por apresentar todos os títulos no idioma original, destacados em itálico.

(MITTELL 2006, 2015). Scolari (2009) define a hipertelevisão como uma tentativa de mapear a complexa e mutável rede de formatos, telas, narrativas, audiências e práticas que compõe a televisão, propondo uma nova estética baseada em estruturas narrativas e formas retóricas. Mittell (2006, 2015) parte da complexificação das narrativas televisivas para também construir um cenário da televisão atual que envolve as práticas da audiência e da indústria televisiva.

Ambas as propostas lidam com o advento do consumo assíncrono de televisão, que é o termo que Scolari (2009) usa para a assistência de televisão que ocorre de forma não-linear, fora da realidade da grade televisiva. O consumo assíncrono é aquele que rompe com o fluxo televisivo (WILLIAMS, 1974/2004) que é a natureza constante da programação televisiva. Este tipo de assistência é bastante comum entre os espectadores que estão inseridos na cultura das séries e se tornou mais comum nos últimos anos, após o advento de tecnologias como o DVD e a internet. Dentro da lógica do consumo assíncrono, destacamos a prática do *binge-viewing*². Em artigo para o LA Times, Mary McNamara definiu o *binge-viewing* como “qualquer caso em que mais de três episódios de um drama de uma hora ou seis episódios de uma comédia de meia hora são consumidas em uma sessão”.³

Analisaremos especificamente as relações espectador-programa e espectador-espectador dentro da realidade de séries produzidas pelo provedor de conteúdo sob-demanda Netflix. As séries produzidas pela Netflix que serão analisadas (*House of Cards*, *Marvel's Daredevil* e *Orange is the New Black*), são consideradas séries de circulação assíncrona, já que são disponibilizadas do forma integral, podendo todos os episódio de uma temporadas serem assistidos em um mesmo dia, desde a estreia.

O grupo pesquisado é a comunidade virtual Clube dos Seriadores Anônimos do RN, “um grupo que objetiva a reunião de aficionados em séries de TV” e que “promove debates através de um grupo online, seguindo o formato de fórum”⁴ além de promover encontros periódicos presenciais. As séries são debatidas como publicações em um grupo fechado no Facebook. Para os fins desta pesquisa, o Clube dos Seriadores Anônimos do Rio Grande do Norte será considerado uma comunidade interpretativa, conceito estabelecido por Stanley Fish (1976) que designa grupos em que os membros compartilham estratégias de interpretação

2

Em português, o termo mais utilizado é “maratona”. Binge é uma palavra inglesa que denota consumo excessivo, geralmente em um curto espaço temporal.

3 Tradução do autor para: *any instance in which more than three episodes of an hourlong drama or six episodes of a half-hour comedy are consumed at one sitting*. Disponível em: <http://articles.latimes.com/2012/jan/15/entertainment/la-ca-netflix-essay-20120115>

4 Disponível em <http://www.csarn.tumblr.com/>

semelhantes.

A pesquisa está inserida na tradição dos estudos de recepção, sob a luz de pesquisas etnográficas popularizadas pela corrente dos Estudos Culturais Britânicos, tendo como referência pesquisas e estudos realizados por, Ien Ang (1985), John Fiske (1987), David Gauntlett e Annette Hill (2001). Dois dos pesquisadores chave utilizados, Jenkins (1992/2013, 2006, 2009) e Hills (2002) também estão inseridos nesta tradição. E embora não diretamente ligada ao legado estabelecido pela Escola de Birmingham, o trabalho de Janice Radway (1984) sobre literatura popular feminina serviu de grande inspiração para esta pesquisa, ao apresentar um estudo de recepção que analisa um gênero sob perspectivas industriais (explicitando o funcionamento e políticas editoriais das empresas), formais (ao debruçar-se sobre as particularidades do gênero), e de público (ao demonstrar como as mulheres de Smithton interpretam a literatura e seu papel em suas vidas).

Ao final da pesquisa, os seriadores (espectadores-fãs de séries de televisão) estudados e vinculados ao Clube dos Seriadores Anônimos do RN, terão o seu consumo midiático enquadrado no conceito do (turbo)hiperconsumo, proposto por Lipovetsky (2007), que entende o consumo como um agente de experiências emocionais. As possibilidades temporais deste novo consumo serão também analisadas à luz do presentismo (RUSHKOFF, 2013), um conceito que reverte a obsessão com o futuro presente nas últimas décadas do século XX, para uma obsessão com o agora.

Partindo destes pressupostos, apresentamos como objetivo central desta dissertação, interpretar como um modelo particular de circulação (assíncrono) de conteúdo televisivo (séries de TV) se relaciona com as práticas dos usuários de programas de televisão (fãs vinculados ao Clube dos Seriadores Anônimos do RN). Os objetivos secundários que nos guiarão ao cerne da pesquisa são: identificar e interpretar práticas realizadas pelos fãs dentro do contexto participativo do Clube dos Seriadores Anônimos; identificar elementos narrativos complexos e associados ao conceito de hipertelevisão em três séries assíncronas comentadas pelos membros do grupo na comunidade do Facebook; e explorar como se dá a assistência por parte dos fãs das séries de circulação assíncrona, levando em consideração as implicações temporais deste modelo de circulação.

O projeto se enquadra na linha de Estudos da Mídia e Produção de Sentido. John Fiske (1987/2001) desafiou a noção de que espectadores televisivos seriam sujeitos passivos ao conceituar a “audiência ativa”, argumentando que, embora incapazes de alterar ou influenciar o conteúdo de um programa de televisão, os espectadores se tornam ativos ao ler e interpretar

textos audiovisuais e construir sentido, ao invés de simplesmente receber um significado pré-definido; e como espectadores sociais, discutir esses textos com amigos e encontrar um sentido comum e significância cultural. Segundo Williams (1992), para examinar de maneira proveitosa qualquer sistema social, devemos levar em consideração, como parte essencial de sua prática, seus sistemas de significações: "(...) a organização social da cultura, como um sistema de significações realizado, está embutido em uma série completa de atividades, relações e instituições"(WILLIAMS, 1992, p. 208). Entendemos que situar o projeto dentro da linha de pesquisa de produção de sentido é válido, porque ao interpretar práticas sociais, somos capazes de entendê-las como geradoras de sentido.

O trabalho está dividido em três eixos centrais (séries, seriadores e tempo), que serão explorados de forma mais intensa em cada um dos capítulos, não havendo capítulos específicos para teoria, metodologia e análise, mas sim uma abordagem onde estes elementos perpassam várias etapas do texto. No primeiro capítulo, iremos introduzir um histórico dos seriados de televisão, dando atenção a indústria televisiva dos Estados Unidos (por ser o país de origem da maior parte das séries assistidas pelos seriadores). Iremos analisar a história das ficções narrativas televisivas e como a relação entre textos, indústrias, audiências e contextos históricos moldam o gênero. Daremos atenção especial aos seriados ditos complexos (MITTELL, 2006) e como eles se encaixam no conceito da hipertelevisão (SCOLARI, 2009). Também será realizada uma análise de como as séries focadas estão inseridas nos conceitos.

No segundo capítulo abordaremos as implicações da disruptura do fluxo televisivo, o conceito de circulação assíncrona, discorrendo sobre tecnologias e práticas utilizadas antes da chegada das mídias digitais (videocassete, controle remoto) até práticas que foram possibilitadas pela internet (*download* de arquivos em serviços *peer to peer*⁵) e pela chegada de computadores no mercado com maior capacidade de armazenamento. Propomos discutir como a indústria televisiva tem reagido à ruptura do fluxo por parte dos espectadores, culminado com o surgimento da circulação assíncrona.

No terceiro capítulo aprofundaremos a história dos *fan studies*, procurando destacar que tipo de fãs estamos estudando. Já no início dos anos 80, antes da consolidação dos *fan studies*, o fã já era visto como um membro de uma comunidade e de perfil participativo. Esse perfil foi tipificado pelos fãs de ficção científica, em especial pelos fãs do seriado *Star Trek*, conhecidos como *trekkies* ou *trekkers*. Explicitaremos o funcionamento do grupo (Clube dos

5 *Peer to peer* (P2P) é uma tecnologia que permite que qualquer dispositivo atue como cliente e servidor, permitindo compartilhamentos de dados sem a necessidade de um servidor central. O BitTorrent é atualmente o mais popular sistema de download de arquivos P2P. Os fãs de série utilizam este tipo de serviço para adquirir e compartilhar séries.

Seriadores Anônimos do RN), sua história e suas práticas, oferecendo uma interpretação dos comentários realizados na página do grupo no Facebook. Também vamos observar a prática dos sujeitos, buscando compreender que sentido os próprios fãs dão a assistência da televisão de natureza assíncrona, e as implicações deste novo olhar nas relações de tempo do fã de seriados de televisão.

Gimpel (2013), ao analisar as mudanças significativas por que passa a indústria televisiva (inovações tecnológicas, alteração no padrão de comportamento dos espectadores, novos modelos de negócios), destacou algumas questões urgentes que moldam o futuro da televisão. Uma dessas questões seria se o modelo linear da grade de programação permaneceria a forma dominante de consumo de conteúdo televisivo. Gimpel afirma que a preferência do consumidor pode ser o fator decisivo para a definição do modelo dominante.

Dentro desse contexto de transformações tecnológicas e sociais, que modificam o meio e suas relações com a audiência, concordamos com Gimpel que a definição por um modelo de circulação (sincrônico x assíncrono) não deva ser prerrogativa única da indústria televisiva, mas sim construída através das necessidades e desejos também de seus espectadores. Essa opinião é corroborada por Orozco (1996), que afirma que a ideia da audiência ativa, de um ponto de vista crítico, pedagógico e político, não é apenas reconhecer e estimular a atividade, mas possibilitar a transformação da assistência, capacitando-a para mudar seu próprio processo de interação televisiva ou contribuir para sua emancipação como sujeito social. Assim como Orozco, discordamos da noção de que a audiência não é responsável por modificar a televisão que assiste.

CAPÍTULO 1. OS SERIADOS DE TELEVISÃO

O que são os seriados de televisão? No contexto da indústria televisiva, e mesmo dentre segmentos da academia, os seriados ou séries de TV⁶, tem sido observados como categorias de programas, que obedecem a um conjunto de regras impostas para sua adequação às grade televisivas e às preferências dos consumidores. Eles seriam histórias nas quais os mesmos personagens vivem episódios autônomos e sem continuidade. Ou então um formato definidor da indústria televisiva dos Estados Unidos, onde o enredo se desenvolve em um cenário fixo, através de personagens que possam ser facilmente identificados pela audiência.

Mas será que estas classificações dão conta de como as séries ou seriados são percebidos pelo público brasileiro atualmente? Evidencia-se que parte significativa dos seriados produzidos pela indústria televisiva nos últimos 15 anos subvertem estas noções. Fechine (2001) contesta a ideia de conceber gêneros e formatos como meros rótulos que servem para direcionar o consumo, mas sim como "matrizes, de natureza tanto semiótica quanto sociocultural, que permitem a organização da própria linguagem da televisão" (FECHINE, 2001, p. 14) sendo os gêneros tanto unidades estéticas quanto culturais. Os gêneros também não seriam estáticos. Apesar de possuírem elementos dados a priori, existem outros que mudam e se transformam após modificações socioculturais.

Portanto, olhar para o produto seriado não é suficiente. Mittell (2004) aponta as dificuldades em discutir gênero (sejam eles fílmicos, literários, televisionados, etc.) observando apenas o texto, e partindo de uma perspectiva interna. Para ele, gêneros são produtos culturais, constituídos por práticas midiáticas e sujeitos à constante mudança e redefinição:

Se quisermos entender como definições de gênero impactam a mídia de forma mais ampla que design artístico, devemos abordar definições não como essências abstratas, mas como práticas realizadas, perguntando como gêneros são definidos em uma ampla circulação cultural (MITTELL, 2004, p.4)⁷

Para o autor, devemos observar os elementos ditos externos à obra, como práticas

6 Nesta dissertação, as palavras série e seriado possuem sentido intercambiável. Esta decisão foi tomada, com base no uso das palavras pelos seriadores, que não fazem qualquer distinção entre elas.

7 Tradução do autor para: *But if we are to understand how genre definitions impact media more broadly than artistic design, we need to approach definitions not as abstract essences but as realized practices, asking how genres are defined in broader cultural circulation.*

industriais e de audiência, localizando o que é um gênero nas inter-relações entre os textos, indústrias, audiências e contextos históricos. Será através destas inter-relações que proponho analisar o que são estas produções assistidas, comentadas e debatidas pelos Seriadores Anônimos. Formalmente, iremos nos ater a produções de dramaturgia seriadas, que são mais amplamente debatidas e comentadas na página do grupo, embora possam ser observadas exceções nas escolhas de formatos assistidos pelos seriadores.

A ênfase dada sobre produções norte-americanas pode ser explicada pela preferência dada pelos seriadores aos seriados deste país. Mittell (2015) destaca que a circulação global de televisão norte-americana tornou muitos destes programas populares e influentes em todo o mundo. Silva (2014a) destaca o caráter transnacional e em rede da televisão contemporânea, onde “os bens simbólicos e culturais circulam (...) com mais fluidez, num circuito virtual extremamente complexo e intricado” (SILVA, 2014a, p. 247) e que a cultura das séries resultaria das novas dinâmicas esportivas em torno das séries, principalmente às oriundas dos Estados Unidos.

A popularidade dos seriados norte-americanos é evidenciada no Clube dos Seriadores Anônimos do RN. Das 440 séries catalogadas pelos membros da comunidade, 81,36% são produções norte-americanas; 3,63% são coproduções entre canais norte-americanos e de outros países; e apenas 66 seriados (15%) não possuem qualquer relação direta com a indústria televisiva dos Estados Unidos. Ainda assim, a língua inglesa predomina, já que a maioria das séries fora do espectro ianque são britânicas ou canadenses.

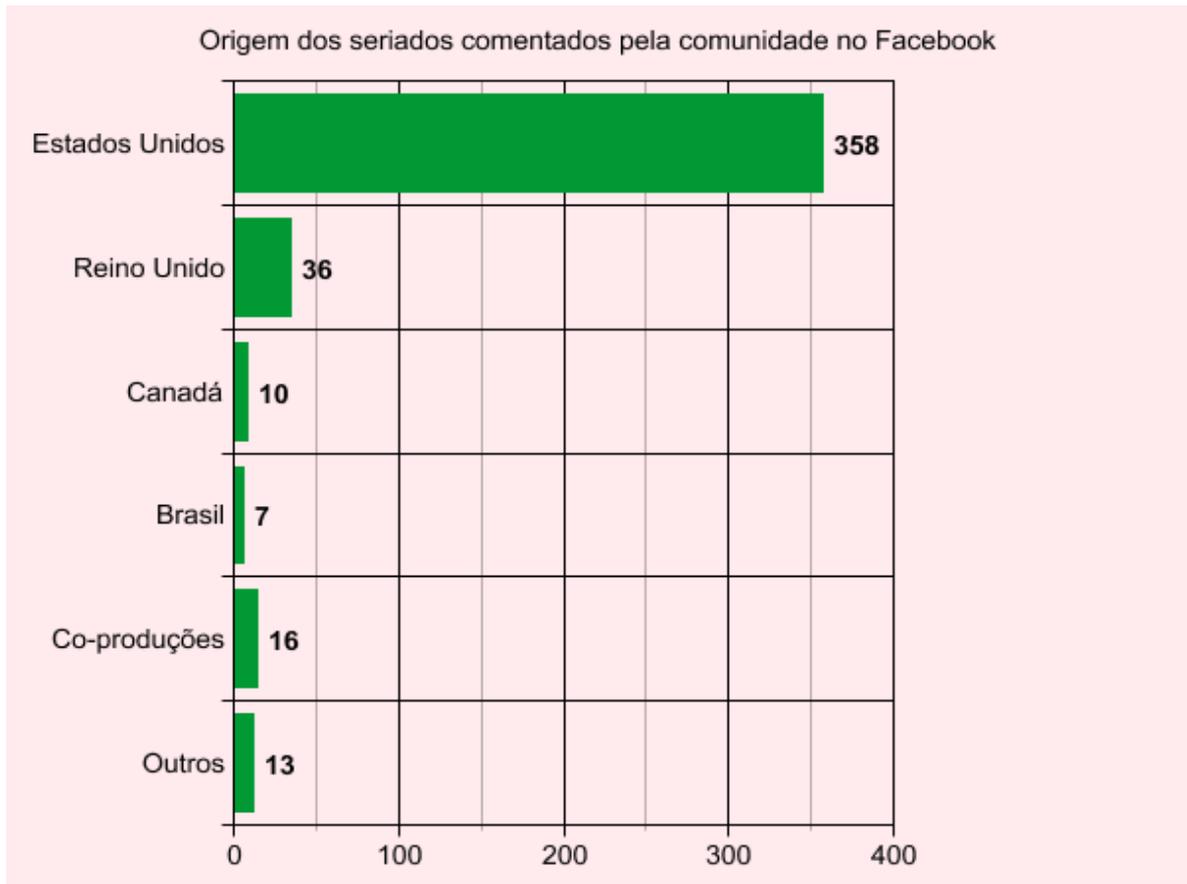


Gráfico 1 – País de Origem dos seriados comentados

A seguir, faremos um breve histórico da dramaturgia seriada na televisão, buscando focar como as relações entre a tecnologia, práticas industriais e da audiência moldaram os seriados de TV e seus vínculos com as audiências.

1.1 O início: a era das grandes redes

Os seriados de televisão fazem parte das grades de programação da emissoras desde os primeiros anos do meio. Nos Estados Unidos, assim como no Brasil, boa parte da infraestrutura industrial, tecnológica e profissional da televisão, bem como o modelo comercial utilizado, foram heranças do rádio. Wittebols (2004) afirma que o sistema de redes nacionais adotado pelos norte-americanos privilegiava interesses comerciais sobre interesses públicos. Na metade da década de 40, as quatro redes nacionais de rádio (ABC, NBC, CBS e DuMont) também se tornaram emissoras de televisão. As primeiras produções exibidas por essas redes eram filmagens de programas de rádio. A segunda metade da década observou um período de experimentação onde a maior parte da programação consistia em transmissões ao vivo de óperas, peças teatrais, programas de rádio e eventos esportivos (BOUTET, 2010). Apenas a partir da década de 50, as grades de programação se estabelecem e a televisão passa a produzir conteúdo próprio. É o período que historiadores do meio classificam como a “Primeira Era de Ouro da Televisão” (BOUTET, 2010). Comuns à época, as antologias seriadas eram “séries em que os episódios têm em comum apenas o título genérico e o estilo das histórias, mas cada unidade é uma narrativa independente” (MACHADO, 2003, p. 84), como *Alfred Hitchcock Presents*. Boutet (2010) destaca que esta série representava a sinergia artística entre o cinema e a televisão. Como uma antologia, os diferentes episódios da série não apresentavam personagens recorrentes, apenas temáticas similares e a presença de Alfred Hitchcock no início e final das transmissões.

Outros programas deste período inicial da televisão eram as séries episódicas, em que um ou mais personagens são recorrentes, mas cada narrativa se encerra em um mesmo episódio (BARNOUW, 1990). Boutet (2010) destaca que muitos destes programas de dramaturgia seriada populares na televisão dos Estados Unidos da década de 1950 começaram no rádio, como *The Lone Ranger*, *Dragnet* e *Ozzie and Harriet*.

Barnouw (1990) aponta que os primeiros anos da dramaturgia televisiva norte-americana foram dominados por séries criminais. Os programas eram realizados ao vivo, na maior parte em estúdios na cidade de Nova Iorque (que era o principal centro de produção radiofônica e assumiu o mesmo papel nos primeiros anos da televisão), eram produzidos por agências de publicidade, e empregavam uma série de roteiristas *freelancers*. As condições de produção impactavam diretamente o conteúdo que era levado aos espectadores. No seriado *Man Against Crime*, por exemplo, os roteiristas sempre deveriam incluir uma cena em que o

protagonista procura por uma pista. A duração da cena estava atada a dificuldade que os produtores tinham em quantificar o tempo de duração dos episódios, que variava consideravelmente entre os ensaios. Patrocinado pela fabricante de cigarros Camel, os personagens deveriam fumar graciosamente e os cigarros não deveriam estar associados a cenas ou situações indesejáveis. O patrocínio também assegurava que certas situações narrativas nunca deveriam acontecer, como por exemplo, incêndios criminosos. Antes do intervalo comercial, era imprescindível a presença de um *cliffhanger*,⁸ uma cena que deveria suscitar ansiedade sobre acontecimentos próximos e depois ser interrompida, dando voz aos patrocinadores.⁹

Mas o esquema de produção dramatúrgica ao vivo se mostrava complicado para todos os envolvidos. Em *Man Against Crime*, apenas um ensaio geral, com câmeras e luzes, era realizado antes da exibição e “as possibilidade de erros eram enormes” (BARNOUW, 1990, p.133)¹⁰. O modelo começou a ruir com a estreia da sitcom *I Love Lucy*, estrelada pela atriz Lucille Ball e produzida pelo seu marido, Desi Arnaz. Foi a primeira série de televisão gravada em estúdio, com três câmeras e presença de uma audiência. O seriado foi uma transposição de um programa de rádio, *My Favorite Husband*, para a televisão. Lucille Ball era uma atriz de cinema, que não tinha mais espaço em Hollywood. Se *Alfred Hitchcock Presents* representava a sinergia artística entre o cinema e a televisão, como afirmou Boutet (2010), *I Love Lucy* evidenciava a sinergia econômica entre os dois meios nos Estados Unidos. O seriado foi o primeiro programa de dramaturgia não produzido nos estúdios herdados do rádio em Nova Iorque e realizado em Hollywood. O sucesso de audiência de *I Love Lucy* significou o fim do período da dramaturgia seriada ao vivo como forma dominante da produção televisiva. Como afirma Barnouw:

A mudança foi o prenúncio do fim das séries episódicas de Nova Iorque. Em Hollywood o sucesso de *I Love Lucy* gerava uma série de projetos similares. Os grandes estúdios não estavam envolvidos, permaneciam indiferentes. A maior parte das séries era protagonizada por atores sem contrato com os grandes estúdios, e muitas eram produzidas pela Desilu, a companhia

8 O *cliffhanger* é um recurso narrativo caracterizado por expor um personagem (ou personagens) a uma situação limite, precária, enfrentando um dilema ou ficando a par de uma revelação surpreendente. O *cliffhanger* objetiva o retorno da audiência para acompanhar o desenrolar do acontecimento.

9 Thompson (1997) relata detalhes semelhantes sobre a influência dos anunciantes nas decisões narrativas. A Mars, fabricante de chocolates, não tolerava referências a biscoitos ou sorvetes no seriado *Circus Boy*, e um episódio da série antológica *Playhouse 90*, sobre o julgamento de criminosos de guerra nazista em Nuremberg, excluiu todas as referências a câmaras de gás, uma exigência da American Gas Association, patrocinadora do programa.

10 Tradução do autor para: *Possibilities for error were huge*.

formada por Lucille Ball e Desi Arnaz. (BARNOUW, 1990, p. 134)¹¹

A mudança de exibições ao vivo para transmissões gravadas também significaria um alento financeiro para os canais de televisão, pois permitiria que eles mantivessem o controle do conteúdo, o que renderia lucro futuro através de reprises vendidas para emissoras independentes, ou para o exterior (MULLEN, 2003).

Não é à toa que o período (1949-1960) seja considerado pelos historiadores de televisão norte-americana a “Primeira Era de Ouro da Televisão”. Durante esta década, a proporção de lares norte-americanos que possuíam um aparelho de televisão, cresceu de apenas 2% para cerca de 70% (BOUTET, 2010). Toda uma infraestrutura industrial também estava disponível, especialmente após uma decisão da Suprema Corte dos Estados Unidos que decidiu que oito empresas que controlavam a produção cinematográfica (Paramount, Loew's, RKO, Twentieth Century-Fox, Warner Brothers, Columbia Pictures, Universal e United Artists) não deveriam manter controle também sobre a distribuição. O controle sobre as salas de cinema permitia que os grandes estúdios monopolizassem o mercado, evitando concorrência de filmes estrangeiros e de produtoras independentes. A decisão levou os grandes estúdios a diminuir o ritmo de produções e cancelar contratos com atores, produtores, diretores, roteiristas e técnicos. Toda essa mão-de-obra ociosa foi aproveitada pela televisão. (BARNOUW, 1990)

Neste estágio inicial da televisão, a família é vista como a audiência primária do meio (LULL, 1980). Morley (1992) utilizou a família como “a unidade básica de consumo de televisão (...) ao invés do espectador individual” (MORLEY, 1992, p.131).¹² Na década de 50, espectadores individuais seriam uma raridade. Embora a quantidade de famílias norte-americanas que possuíam um televisor tenha atingido marca superior a 70%, como afirmou Boutet (2010), o número de residências com mais de um aparelho era diminuto. Em 1956, cerca de 37 milhões de famílias tinham aparelhos de televisão nos Estados Unidos. Destas, pouco mais de 2 milhões possuíam um segundo televisor.¹³ Para tentar desvendar este período de ascensão televisiva nos EUA, no próximo item apresentaremos a segunda era de ouro da televisão.

11 Tradução do autor para: *The move really foreshadowed the doom of New York's episodic series. In Hollywood the I Love Lucy success was stirring a rash of similar projects. It did not yet involve the major studios; they were staying aloof. Most of the series featured actors set free by the studios, and many were produced by Desilu, the company formed by Lucille Ball and Desi Arnaz.*

12 Tradução do autor para: *In this research, I took the premise that one should consider the basic unit of consumption of television to be the family/household rather than the individual viewer.*

13 Fonte: Historical Statistics of the United States Colonial Times to 1957. Disponível em: https://fraser.stlouisfed.org/docs/publications/histstatus/hstat_1957_cen_1957.pdf

1.2 A segunda era de ouro

O paradigma de produção dramaturgica seriada seria reinventado a partir do final dos anos 70. É o período conhecido como “A Segunda Era de Ouro da Televisão”, que trouxe algumas mudanças estruturais que seriam fundamentais para que transformações ocorressem. E ninguém tirou melhor proveito delas do que a MTM Enterprises. Grant Tinker criou a companhia para produzir a sitcom de sua segunda mulher, a atriz Mary Tyler Moore, em 1969. O sucesso da MTM estava aliado a uma mudança no modelo de negócios da televisão. As Regras dos Interesses Financeiros e dos Direitos de Transmissão, regulamentação instituída em 1970, proibia as grandes redes de TV aberta de serem donas dos programas veiculados no horário nobre. As regras, abolidas em 1993, “conferiram um enorme poder e margem de lucro a produtores independentes que conservavam a propriedade autoral de seus programas e dos direitos de distribuição por outras organizações” (MARTIN, 2014, p.45). A MTM tomou proveito do novo cenário. Tinker era conhecido por proferir grande independência aos roteiristas contratados e acreditava que bons programas só podiam ser criados por bons roteiristas (MARTIN, 2014).

Em 1981, a rede NBC passou a exibir o seriado *Hill Street Blues*, produzido pela MTM e criado por Steven Bochco e Michael Kozoll. Uma série de inovações narrativas e estéticas são fundamentais para que Robert J. Thompson (1997) situe *Hill Street Blues* como marco fundador da Segunda Era de Ouro da Televisão. Como afirma Sepinwall:

Histórias não começavam e terminavam de forma precisa no decorrer de uma hora, mas continuavam por semanas a fio, algumas vezes durante toda uma temporada. Embora houvesse claramente um personagem central, o virtuoso capitão do precinto, Frank Furillo, interpretado por Daniel J. Travanti, a narrativa mudava constantemente entre um enorme e diversificado elenco. Cenas podiam começar focando em um personagem e imediatamente mudavam sua atenção para outro, que passava pelo corredor, e mudava uma terceira vez antes de cortar para outra locação. (...) O programa misturava drama sombrio com um senso de humor mordaz (...) e a violência, linguagem e cenas de sexo eram todas consideradas razoavelmente explícitas para a TV do período. (SEPINWALL, 2012, p. 8)¹⁴

14 Tradução do autor para: *Stories didn't begin and end neatly within the space of an hour, but would continue for weeks on end, sometimes over an entire season. Though there was a clear central character in Daniel J. Travanti's righteous precinct captain Frank Furillo, the narrative bounced around constantly among a huge, diverse cast. Scenes might begin by focusing on one character, then immediately shift their attention to a different character who passed him in the hallway, then flip around to yet a third set of characters before cutting away to the next location. (...) The show mixed bleak drama with a twisted sense of humor (...), and the violence, language, and sex scenes were all considered fairly graphic for TV of the period.*

A série inaugurava no horário nobre da televisão dos Estados Unidos, o chamado modelo narrativo teleológico, onde “uma única narrativa (ou várias narrativas entrelaçadas e paralelas) (...) se sucede(m) mais ou menos linearmente ao longo de todos os capítulos” (MACHADO, 2003, p.84). Machado destaca outros aspectos da série, como as “câmeras nos ombros, iluminação natural, enquadramentos descuidados, negativo granulado, abundância de planos-sequência, tudo parecia remeter a construções típicas do documentário” ou o fato de que “não havia lado bom nem lado mal” e “as histórias nem sempre acabavam bem e o espectador nem sempre podia dormir tranquilo, acreditando viver no melhor dos mundos”. Machado também aponta que *Hill Street Blues* “introduziu a estrutura de múltiplas narrativas entrelaçadas, (...) abrangendo histórias mais curtas, que começavam e acabavam no mesmo episódio, histórias mais longas, que atravessavam vários episódios, quando não anos (...) e até mesmo histórias que permaneciam em aberto (...)” (MACHADO, 2003 p.48). Outras séries realizadas durante a década de 1980 e 1990 seguiram a receita de *Hill Street Blues*, como *St. Elsewhere*, *Miami Vice*, *Moonlighting*, *L.A. Law*, *Cagney & Lacey*, *Northern Exposure*, *ER*, *The X Files*.

O período apontado como a “Segunda Era de Ouro da Televisão” norte-americana, também foi testemunha do surgimento de tecnologias que alteraram a relação dos espectadores com seus aparelhos de televisão. O conceito do fluxo televisivo de Williams (1974/2004) passa a ser desafiado por novos modelos de assistência, permitidos a partir de inovações tecnológicas. O consumo não linear de televisão é possibilitado após o surgimento do videocassete doméstico. O aparelho permitia que o espectador gravasse a programação televisiva e assistisse em um momento posterior. Era o usuário “*time-shifter*”. Com o videocassete, ele também poderia programar a gravação, parar a assistência no momento que quisesse e retornar posteriormente no ponto exato que havia parado. A capacidade de acelerar o playback tornou-o capaz de “pular” os intervalos comerciais. Era o usuário “*zipper*”. Para autores como Carolyn Lin (1990), o videocassete emancipou a audiência televisiva, que passou de passiva a ativa. O controle remoto foi outro aparelho que modificou a relação estabelecida entre a audiência e a televisão. Com o aparelho em mãos, o espectador passou a ter a capacidade de alternar entre os canais e assistir trechos de cada um, e seguir em frente assim que a atenção ou prazer fosse embora (FISKE, 1987/2001). Mullen (2003) argumenta que estratégias de programação que consistiam em exibir programas menores que poderiam se recombinaados para formar programas maiores (como a exibição de vídeo clipes), foi uma

das táticas utilizadas por canais de televisão para acomodar o uso do videocassete e do controle-remoto por parte da audiência.

A popularização da internet, a partir da década de 1990, permitiu uma nova relação entre a audiência e os programas de televisão. E o prenúncio de como essa relação seria estabelecida se deu com a realização da série *Twin Peaks*, de David Lynch e Mark Frost. Jenkins (2009) aborda como comunidades online de fãs se reuniam no *website* alt.tv.twinpeaks para compilar gráficos mostrando eventos da série e diálogos; compartilhavam conhecimento sobre referências que a série fazia a outros filmes, seriados, músicas e livros; “no entanto, mais do que tudo, a lista funcionava como um espaço onde as pessoas podiam, juntas, colher as pistas e examinar as especulações sobre o gancho central da narrativa – quem matou Laura Palmer?”(JENKINS, 2009, p. 63) Os aparelhos de videocassete eram utilizados para gravar e reassistir episódios, em busca de pistas não descobertas. Essas relações estabelecidas entre fãs e os seriados serão mais profundamente exploradas no segundo e terceiro capítulos da dissertação.

No próximo item, abordaremos as novas mídias e como a hipermídia muda a assistência e a produção da televisão.

1.3 Hipertelevisão e televisão complexa

Uma importante mudança paradigmática na indústria televisiva norte-americana na década de 1990 foi a consolidação da televisão à cabo via satélite nos Estados Unidos. Em 1970 apenas 8% das residências possuíam acesso a TV a cabo. Esse número subiria para 23% em 1980 e no final daquela década, 60% dos domicílios assinavam pacotes básicos de TV a cabo e quase metade destes recebiam algum tipo de canal adicional. Concomitantemente, a audiência das três grandes redes de televisão comercial (ABC, CBS e NBC) caíra de cerca de 90% no horário nobre de 1970 para 67% em 1989. Como mostra Mullen (2003), a história da televisão à cabo nos Estados Unidos é quase tão antiga quanto a da televisão tradicional. No final dos anos 40, surgiram as primeiras antenas coletivas, que levavam o sinal de televisão às comunidades que não o recebiam. No final da década de 60, a indústria televisiva já havia percebido o potencial econômico do sistema, alavancado por inovações tecnológicas, como o aumento da capacidade de canais, redes de transmissão micro-ondas e distribuição de sinal via satélite. O sistema de TV a cabo se transformaria de mero reproduzidor do sinal aberto de televisão a programador de conteúdo original. Mas em um primeiro momento, a fragmentação e especialização da audiência esperadas pela regulamentação do sistema, não seriam concretizadas.

Mullen (2003) argumenta que as primeiras estações de televisão à cabo se valiam extensivamente de gêneros e formatos que já eram populares na televisão aberta, além de utilizarem reprises e antigos programas, também oriundos dos canais tradicionais. Até mesmo canais especializados, como o canal de esportes ESPN, insistiriam em formatos baratos e familiares ao público, como o jornalismo esportivo. Já o Discovery Channel, economizava exibindo uma programação que apesar de inédita aos olhos do público norte-americano, era em sua grande maioria, produzida por canais estrangeiros. Os motivos para que a programação da televisão à cabo fossem tão semelhantes a da televisão aberta seriam culturais e financeiros. As emissoras estavam atadas aos altos custos associados à transmissões via satélite e acreditavam que a audiência seria mais receptiva a formatos com que já estavam familiarizados.

Ao final da década de 90, avanços tecnológicos permitiram uma grande diminuição nos custos da produção televisiva. Como afirma Grillo-Marxuach (2014) na era pré-digital, mesmo a televisão comercial aberta estava atada a custos exorbitantes. A rotina de produção, que envolve roteirização, filmagem e pós-produção, não permitia uma grande variabilidade

visual ou de experimentação na edição e na finalização dos produtos. Grillo-Marxuach exemplifica a relação díspar das condições de produção do cinema e da televisão ao comparar a produção do filme *RoboCop* e a série televisiva *Max Headroom*.

Considere um filme de orçamento relativamente modesto da década de 1980 – por exemplo, *RoboCop* de Paul Verhoeven. Orçado em 13 milhões de dólares, o filme foi planejado por um ano antes das câmeras começarem a filmar por dois meses e meio entre agosto e outubro de 1986. Refilmagens foram conduzidas em janeiro do ano seguinte. O filme foi lançado em julho de 1986 após nove meses de pós-produção. Uma série televisiva de temática semelhante – *Max Headroom* – tinha que entregar um produto de visual competitivo com um orçamento de cerca de um décimo (do orçamento de *RoboCop*), com oito dias de planejamento, oito dias de filmagens, menos de um mês para edição, edição de áudio e produção de efeitos visuais por episódio(...) (GRILLO-MARXUACH, 2014)¹⁵

Para Grillo-Marxuach (2014) nada revolucionou tanto o processo de produção audiovisual quanto o advento do sistema de edição não-linear. Até os anos 80, o processo de edição de imagens era linear e “destrutivo”: qualquer mudança de edição deveria sobrepor o trabalho já realizado, e mudanças que alterassem a estrutural temporal – cenas maiores ou mais curtas – impactariam em mudanças em todo o trabalho realizado. Efeitos visuais que hoje podem ser desempenhados em segundos como fades, fusões ou até correções de cor, tinham que ser executadas separadamente, por outra equipe, além de serem muito custosos. A partir da década de 90, a popularização dos softwares de edição não linear, aliada ao barateamento de computadores, que também tinham sua capacidade de processamento ampliada, permitiu sua ampla utilização na indústria televisiva. Além dos avanços tecnológicos nas ilhas de edição, a chegada de câmeras digitais mais baratas, compactas e com melhor definição, permitiu que as produtoras e redes de televisão exibissem conteúdos de melhor qualidade técnica, a um menor custo. Como lembra Martin, os cinegrafistas podiam “trabalhar com sombras e com o escuro, com a hipnótica profundidade de campo, com tomadas amplas, lindas e intermináveis, com a pirotecnia manual, e toda a gama de recursos que antes só existiam nos filmes para o cinema”. (MARTIN, 2014, p.34). Consequentemente,

15 Tradução do autor para: *Consider a relatively modestly budgeted feature film of the 1980s — say, Paul Verhoeven's 1987 RoboCop. Made for \$13 million, the film was planned for a year before the cameras rolled for two and a half months between August and October of 1986. Reshoots were performed in January of the following year. The film was released in July 1987 after nine months of postproduction. A similarly themed television series of the same vintage — Max Headroom — had to deliver competitive visuals on roughly one tenth of that budget with eight days of planning, eight days of shooting, and less than a month of editing, scoring, and visual effects production per episode(...)* Disponível em: <https://lareviewofbooks.org/essay/gilding-small-screen-just-tv-get-good-sudden>

o orçamento poderia ser revertido para outras áreas da produção – figurino, elenco, maquiagem – o que também adicionava valor ao produto final.

Os avanços tecnológicos também alcançaram os telespectadores. Antes presos aos televisores de baixa definição, o público agora tinha acesso a telas de cristal líquido, televisores de plasma, e em tamanhos cada vez maiores – tudo com alta definição de imagem. Como afirma Grillo-Marxuach (2014), esses avanços tecnológicos criaram uma infraestrutura de produção custo-eficiente, que permitiu que redes de televisão produzissem conteúdo de grande qualidade estética.

Diante destas transformações tecnológicas e de mercado, foi em um canal de televisão à cabo que surgiria o seriado que marca o início de uma nova fase para a dramaturgia seriada televisiva dos Estados Unidos. Livre das imposições sobre o conteúdo considerado indecente, regulado pela *Federal Communications Commission* ou pelos mecanismos de auto-regulação instituídos pelas próprias emissoras, o canal HBO poderia exibir material que nunca seria exibido na TV aberta. Em março de 1999, estreia *The Sopranos*, criado pelo roteirista David Chase. Chase era um relutante veterano do mercado televisivo. Havia trabalhado como roteirista e produtor nas séries *The Rockford Files*, *I'll Fly Away* e *Northern Exposure*, além de ter criado o seriado *Almost Grown*. Como relata Martin ele se mudou para Los Angeles depois de se formar na faculdade com o intuito de se tornar roteirista de cinema - “ao longo dos vinte anos seguintes, ele sempre tinha pelo menos um roteiro para filme em andamento” (MARTIN, 2014, p.58). Na metade dos anos 90, desenvolveu o projeto de *The Sopranos* para a empresa Brillstein-Grey. A série era um drama familiar situado no contexto da máfia nos Estados Unidos. Chase, que havia nascido David DeCesare, associou sua própria experiência crescendo em uma família ítalo-americana na cidade de Nova Jersey, com filmes que assistira na infância, como *The Public Enemy* e *Angels with Dirty Faces* e filmes que idolatrava, como *Goodfellas* e *The Godfather*. Mesmo após a HBO solicitar a realização de um piloto, que Chase dirigiria, o fascínio com o cinema ainda rondava sua cabeça:

Secretamente, como tinha sido após completar *Almost Grown*, uma parte de Chase esperava que aquele piloto fracassasse. Se a HBO desistisse de produzir aquela série, era o que ele raciocinava, a rede provavelmente preferiria minimizar o prejuízo e lhe entregar outros 750 mil dólares para terminar a história como um longa-metragem (MARTIN, 2014, p.95)

Suas esperanças seriam frustradas. Não só a HBO sinalizou positivamente ao projeto, como *The Sopranos* se tornou um sucesso com o público e com os críticos. Jason Mittell

(2006) argumenta que séries como *The Sopranos* foram além do modelo narrativo estabelecido nos anos 80. Ao conceituar o termo **complexidade narrativa**, o autor afirma que “em seu nível mais básico, a complexidade narrativa é a redefinição do formato episódico sob a influência da **narração serializada**” (MITTELL, 2006, p.32).¹⁶ Utilizando os modelos narrativos citados por Machado, podemos afirmar que a **serialização** funde o modelo episódico com o teleológico. Os arcos narrativos serializados englobam um único episódio (“Tony Soprano leva sua filha, Meadow, a uma viagem ao estado do Maine para conhecer três universidades em que ela pretende estudar e no caminho, encontra um informante do FBI”); vários episódios (“Tony Soprano deve lidar com o velho mafioso Feech La Manna, recém-saído da prisão”); toda uma temporada (“A conturbada relação entre Meadow Soprano e Jackie Aprile Jr. durante a terceira temporada”); várias temporadas (“Big Pussy Bonpensiero se torna um informante para o FBI”); e toda a série (“Tony Soprano deve equilibrar as exigências conflitantes de sua vida doméstica e de sua atividade criminosa”). Embora o modelo narrativo serializado já estivesse presente na televisão desde *Hill Street Blues*, Jonhson (2005) destaca que *The Sopranos* apresentava elementos que o distanciavam de séries anteriores: o programa não oferecia uma distinção clara entre enredos principais ou secundários; uma única cena poderia se conectar a três narrativas diferentes e todas as tramas possuíam alguma ligação com eventos apresentados em episódios anteriores.

Mittell acentua outros elementos que afastam a complexidade narrativa das séries de outros formatos como as *soap operas*: Para o autor, muitos dos programas complexos contam histórias serializadas ao mesmo tempo em que rejeitam ou atenuam o estilo melodramático e o foco primário nas relações em detrimento da tramas; ou a recusa em se adaptar às normas episódicas de desfecho, resolução e enredos distintos. Além disso, o autor destaca que:

(...) estes programas são construídos sem medo de confusões dos espectadores com relação ao tempo (em que a ação ocorre). Sequências fantasiosas surgem sem demarcações claras ou sinais (...), visões de eventos que oscilam entre a subjetividade de personagens e realidade diegética, jogando com o limite ambíguo para fornecer profundidade aos personagens, suspense e humor. Narração complexa frequentemente quebra a quarta parede, quer sendo representado visualmente como um discurso direto (...) ou de forma mais ambígua, como uma narração que rompe o limiar entre o diegético e o não-diegético(...)” (MITTELL, 2006, p. 37)¹⁷

16 Tradução do autor para: *At its most basic level, narrative complexity is a redefinition of episodic forms under the influence of serial narration.*

17 Tradução do autor para: *(...) these shows are constructed without fear of temporary confusion for viewers. Fantasy sequences abound without clear demarcations or signals,(...) present visions of events that*

A elaboração da complexidade narrativa levou Mittell a definir os programas que aderem ao modelo de complexidade como **televisão complexa**. A televisão complexa vai além de um deslocamento ou definição de um novo modelo narrativo. Mittell (2015) trata a importância dos textos midiáticos no seu consumo, circulação e proliferação, sendo suas estruturas formais parte de uma prática cultural viva (não estática), afirmando que o entendimento da textualidade televisiva vai além do que vemos na tela, devendo explorar como textos são constituídos e reconstituídos através de práticas culturais.

Muitas destas convenções expostas por Mittell estavam presentes em *The Sopranos*. Como mostra Sepinwall (2012), o personagem Tony Soprano, vai contra a noção de que um protagonista de uma série televisiva deveria ser um personagem simpático ou afável. Um personagem principal até poderia exibir uma personalidade dura ou desagradável, “mas apenas se fôssemos lembrados desde o princípio e frequentemente que ele é, por fim, puro de coração” (SEPINWALL, 2012, p.34)¹⁸. Tony Soprano até exibia certas qualidades, mas era “por fim”, um personagem capaz de cometer atrocidades que não pesavam em sua consciência. As sequências de sonhos – que por vezes ocupavam episódios inteiros – certamente se encaixavam na descrição de Mittell faz das sequências fantasiosas “que surgem sem demarcações claras ou sinais”. E muitas das tramas não traziam finais felizes, ou até mesmo resoluções. O próprio episódio final da série, terminou em uma sequência absolutamente aberta, quando um corte seco e repentino, seguido de uma tela escura, dava fim a série. Simbolizava o fechamento da câmera, que permitia ao telespectador observar os acontecimentos daquele mundo? Ou David Chase teria matado abruptamente o seu protagonista, restando apenas o escuro que representava sua morte?

O que *The Sopranos* e séries posteriores fizeram foi aliar, e expandir, receitas narratológicas e estéticas propostas por programas vinculados a chamada Segunda Era de Ouro da Televisão norte-americana, como *Hill Street Blues* e *Twin Peaks*, às inovações tecnológicas que surgiram na década de 90, se valendo de novas realidades mercadológicas, como a expansão da televisão por assinatura e a multiplicação dos canais. A relação dos programas com a audiência também é fundamental no processo. Como afirma Mittell (2006),

oscillate between character subjectivity and diegetic reality, playing with the ambiguous boundary to offer character depth, suspense, and comedic effect. Complex narration often breaks the fourth wall, whether it be visually represented direct address (...) or more ambiguous voice-over that blurs the line between diegetic and nondiegetic (...)

18 Tradução do autor para: *a hero could have the faintest hint of an edge, but only if we were reminded early and often that he was ultimately pure of heart.*

as narrativas complexas convidam a audiência a participar ativamente de um programa não apenas com relação ao seu conteúdo, mas também da forma, explorando as possibilidades apresentadas por longas narrativas, assim como das estratégias discursivas. O próprio Mittell destaca o papel do videocassete, para que o espectador não só pudesse escolher quando assistir, mas também ao reassistir episódios ou cenas, quantas vezes quiser. Isto fica ainda mais significativo quando as séries passam a ser disponibilizadas comercialmente, no formato de DVD, e principalmente com a internet, quando passam a ser assistidas no computador, “baixadas” de sites especializados. A internet também se mostra importante ao ampliar as possibilidades de diálogo entre espectadores e também dos espectadores com os produtores. Segundo Jenkins (2009), a era da convergência permite modos de audiência comunitários e que para um número cada vez maior de pessoas, esse momento comunitário acontece de forma digital, em fóruns *online* ou listas de discussão. Ainda de acordo com Mittell (2006):

Outras tecnologias digitais como videogames, blogs, sites de jogos online e websites de fãs oferecem domínios que permitem aos espectadores aumentar sua participação nesses ricos mundos narrativos além do fluxo unilateral da visualização da televisão tradicional, ampliando metaversos de narrativas complexas como a Sunnydale de *Buffy* ou a Springfield de *The Simpsons*, em domínios totalmente interativos e participativos. (MITTELL, 2006, p. 32)¹⁹

A chegada dessas “novas mídias”, as mídias digitais, e o aumento da importância de experiências interativas no consumo cultural (que transformam as “velhas mídias”, como a própria televisão) alteram o que Scolari chama de ecossistema midiático (SCOLARI, 2009). Enquanto o controle remoto e o videocassete foram parte de uma transição da paleotelevisão para o que Umberto Eco classificou como neotelevisão (mudança que também contemplava a segmentação da audiência e da publicidade e a multiplicidade de canais trazidos pela TV à cabo), as novas mudanças fazem parte do que o autor chama de **hipertelevisão**, “uma tentativa de mapear a complexa e em constante mudança de formatos, telas, narrativas, audiências e práticas que compõem o meio-ambiente da televisão contemporânea.”

De acordo com Scolari (2009) as características relevantes da gramática da hipertelevisão seriam o consumo não-linear ou assíncrono, a fragmentação das telas, a aceleração do ritmo, o uso do tempo real na ficção, a intertextualidade, a ruptura da

19 Tradução do autor para: *Other digital technologies like videogames, blogs, online role-playing sites, and fan websites have offered realms that enable viewers to extend their participation in these rich storyworlds beyond the one-way flow of traditional television viewing, extending the metaverses of complex narrative creations like Buffy's Sunnydale and the Simpsons' Springfield into fully interactive and participatory realms.*

linearidade, a multiplicação de personagens e programas narrativos, a televisão de “muitos para muitos”, como o YouTube, e a utilização de novas telas. As transformações possibilitaram que gêneros e formatos que tem sido exclusivos do meio televisivo nas últimas décadas migrassem para internet. Empresas como Netflix, Amazon Prime, Hulu e Crackle passaram a produzir séries dramáticas que pouco diferem daquelas produzidas pelos canais de televisão, embora livres de certas imposições inerentes ao meio televisivo. As novas séries vinculadas aos produtores de conteúdo sob demanda não necessitam do uso dos *cliffhangers*, já que o espectador está livre para assistir a todos os episódios quando bem entender. As limitações de tempo também passam a ser relativas, o que permite que uma série como *Orange is The New Black*, da Netflix, possa produzir um episódio com 92 minutos de duração, ao invés dos 50 minutos usuais.

Se Megan Mullen observara com ceticismo a consolidação da fragmentação da audiência e da programação da televisão no final dos anos 90, o mesmo não pode ser dito do momento atual, pelo menos por parte da indústria televisiva. Em artigo publicado em setembro de 2015, no *site* Vox.com, John Landgraf, presidente do canal televisivo FX, a televisão dos Estados Unidos vive um momento de expansão, onde há “televisão demais”. Em 2009, 211 séries de dramaturgia foram produzidas. Este número chegou a 371 em 2014 e tudo indica que deve passar de 400 em 2015, ao mesmo tempo em que as receitas com publicidade representam uma fatia cada vez menor do lucro dos canais de televisão.²⁰

No próximo item, abordaremos sucintamente como tem se dado a recepção dos seriados norte-americanos pelo público brasileiro.

20 Disponível em: <http://www.vox.com/2015/9/14/9301867/peak-tv>

1.4 Os seriados no Brasil

A assistência dos seriados faz parte da cultura televisiva brasileira desde os primeiros anos da televisão no país, embora possamos observar uma acentuação na sua disponibilidade e popularidade pelo público brasileiro nos últimos anos.

Baracho (2007) ressalta que, assim como na televisão dos Estados Unidos, a TV brasileira também foi estruturada como forma de entretenimento. Na década de 1950, (além de produções que emergiram do teatro) filmes e seriados americanos faziam parte da programação das primeiras redes, como a TV Tupi, a TV Rio, a TV Record e a TV Excelsior. Freire (2014) destaca que em 1958 a produtora norte-americana Screen Gems já havia vendido dois programas norte-americanos para exibição no Brasil, o *All Star Theater* e o *The Ford Television Theater*. Em seguida, outras séries norte-americanas seriam vendidas no país pela empresa, como *The Adventures of Rin Tin Tin*, *Tales of the 77th Bengal Lancers* e *Jungle Jim*. Neste período surge a expressão “enlatado”, para designar essas produções que teriam “baixos valores de produção e raízes profundamente estadunidenses” (MOREIRA, 2013, p.1).

Ainda na década de 50, a televisão brasileira inicia a produção de programas de dramaturgia. Santos (2003) afirma que o teleteatro e as telenovelas eram os produtos de maior destaque. As novelas acabariam por assumir um lugar de relevância no cenário cultural brasileiro, enquanto os primeiros seriados produzidos no país possuíam temáticas semelhantes as dos Estados Unidos. *Alô Doçura*, estrelado por Eva Wilma e John Herbert, era uma sitcom nos moldes de *I Love Lucy*. *O Capitão 7* era um super-herói similar aos dos quadrinhos americanos, e o *Vigilante Rodoviário* apresentava as aventuras de um policial e seu cachorro, semelhantes as apresentadas em *The Adventures of Rin Tin Tin*. Seriados nacionais produzidos pela Rede Globo a partir da década de 70 trariam às telas brasileiras uma realidade mais próxima do público no país, como *Malu Mulher*, *Carga Pesada*, *Plantão de Polícia*, e posteriormente *Armação Ilimitada*, *Mulher*, etc. Mas a utilização de seriados norte-americanos se manteve frequente. A Rede Globo utilizou fortemente os “enlatados” nos anos 80 e 90, exibidos diariamente na *Sessão Comédia* e *Sessão Aventura*, como *Family Ties*, *Golden Girls*, *Small Wonders*, *Benson*, *Perfect Strangers* (curiosamente adaptado à realidade brasileira, o primo Balki, que vinha de uma ilha no Mediterrâneo se tornou o mineiro caipira Zeca), *ALF*, *21 Jump Street*, *McGyver*, *Magnum P.I.*, *Beverly Hills, 90210*, *Fantasy Island*, *Love Boat*, *Charlie's Angels*, entre outros. Recentemente, outras emissoras também têm recorrido mais fortemente à exibição dos seriados norte-americanos em sua grade de

programação. Ramos (2012) apresenta que a Record e o SBT são os canais que mais exibem séries estrangeiras no país.

Mas para que uma cultura das séries estivesse plenamente estabelecida, seria necessária um amplo aumento da circulação destas produções no Brasil. Isso se deu a partir dos anos 90, com a popularização da TV por assinatura no país. Como mostra Santos:

Com o crescimento do número de assinantes da televisão a cabo no país, em fins dos anos 1990, seriados como *Seinfeld* (NBC, 1989-1998), *Friends* (NBC, 1994-2004), *ER* (NBC, 1994-2009) e *Sex and the City* (HBO, 1998-2004) fizeram sucesso entre a audiência e abriram caminho para investimentos nesse segmento por parte das emissoras pagas, de forma que, hoje, canais como Sony Entertainment Television, AXN, Warner Channel, Universal Channel, FOX, FX, entre outros, e até mesmo o canal aberto Record apostam nos seriados como a principal atração do horário nobre. (SANTOS, 2011, p. 01)

Com a popularização da internet no Brasil, o fenômeno foi ampliado. Sites de cultura popular como Omelete, Série Maníacos, e comunidades como os Seriadores Anônimos, agregam conteúdo sobre seriados e permitem uma maior interação entre membros da audiência. Outros, como o Séries Online, disponibilizam as produções para serem assistidas. Curi (2012) destaca a importância da internet nesse fenômeno de participação da audiência brasileira. Mesmo com acesso aos programas através da televisão por assinatura, os fãs perceberam que tinham acesso aos programas com atraso em relação aos espectadores norte-americanos e de outras partes do mundo. Utilizar a internet para fazer o download das séries diminuiu uma lacuna de dias ou semanas para algumas horas. Os fãs que não tinham o domínio do idioma original podiam contar com a assistência de outros fãs, que colaborativamente, criam legendas para os episódios.

Em parte como uma reação ao compartilhamento de arquivos dos fãs, a indústria televisiva reage e passa a oferecer estreias globais de seus programas, as *day-and-date*, no mesmo dia e data. O primeiro episódio da série *spinoff*²¹ de *Walking Dead, Fear the Walking Dead*, por exemplo, foi exibido pelos canais AMC em mais de 125 países. A estreia simultânea do seriado quadruplicou a audiência em horário nobre da rede AMC na América Latina, atingindo a décima-primeira posição no Brasil, apesar de estar disponível em apenas

21 O *spinoff* é um termo utilizado pela indústria do entretenimento para designar uma obra derivada de outra obra já existente, e que foca em um detalhe específico da obra original. Por exemplo, a série de televisão *Joey* foi um *spinoff* da série *Friends*, focada na vida do personagem Joey Tribianni.

30% dos provedores de TV por assinatura nacionais.²² Já a chegada do Netflix ao Brasil permitiu que todas as produções originais do provedor de conteúdo sob-demanda atingissem o público brasileiro na mesma data em que são lançados nos Estados Unidos. É a partir da solidificação desta empresa no mercado da indústria do entretenimento que uma cultura emergente de assistência televisiva começa a consolidar a forma como os seriados são assistidos.

22 Disponível em: <http://variety.com/2015/tv/ratings/fear-the-walking-dead-premiere-powers-amc-global-to-record-ratings-1201580619/>

1.5 O Netflix

Os provedores de conteúdo sob-demanda são a síntese do que tem se tornado o mercado televisivo na atualidade. Saímos da era do *broadcast*, das transmissões que eram capazes de levar o mesmo conteúdo para milhões de pessoas com muita eficiência, mas que não é capaz de realizar o oposto – levar milhões de conteúdos diferentes para um número menor de pessoas. Anderson (2006) teoriza que a economia da era do *broadcast* exigia programas de grande sucesso, para atrair grandes audiências. Na realidade do *narrowcasting*²³, as empresas devem aproveitar os mercados que antes eram pouco atingidos, dos nichos. A Netflix foi criada em 1997, por Reed Hastings, como uma locadora de filmes online, que agregava conteúdo físico, reunindo milhares de títulos de filmes em DVD e VHS, que eram enviados pelo correio para os seus assinantes. Quando devolvia o filme assistido, o usuário escolhia um novo título, que era novamente enviado pelo correio, criando um ciclo constante de consumo midiático. Não havia necessidade de lojas físicas, e todo o estoque poderia ficar centralizado.

A partir de 2007, a empresa passou a disponibilizar o seu catálogo de filmes e séries pela internet, migrando de agregadora de conteúdo físico para agregadora de conteúdo digital. O acervo digitalizado era virtualmente infinito, limitado apenas pela capacidade financeira da empresa de adquirir direitos pela transmissão do conteúdo de terceiros. A capacidade de atender aos desejos individuais de cada consumidor foi possibilitada pelo uso de um sistema de recomendações, que utiliza os padrões de assistência de cada usuário, bem como as avaliações dadas a cada produto, em uma escala que varia de uma (não gostei) a cinco estrelas (adorei). O sistema de recomendação vai além de simplesmente indicar certas produções (filmes, séries, documentários, etc.) aos usuários. O Netflix subdivide o conteúdo disponibilizado em milhares de subgêneros detalhados, que são identificados por dezenas de características como enredo ou locação, permitindo que as recomendações sejam classificadas em categorias como “Terror sobre mar profundo”, “Animais Ferozes” ou “Filmes de ação chineses dos anos 80”. Em um artigo para *The Atlantic*, o jornalista Alexis Madrigal²⁴ explica que o Netflix treina equipes de pessoas para assistir as produções e atribuir marcadores com todo o tipo de metadados, avaliando os filmes em seu conteúdo sexual, brutalidade, romance,

23 *Narrowcasting* pode ser definido como a disseminação de uma informação ou conteúdo midiático para um audiência segmentada e específica.

24 Disponível em: <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/01/how-netflix-reverse-engineered-hollywood/282679/>. Acessado em 31 de janeiro de 2016.

status moral dos personagens, finalidade das tramas, etc. Esses marcadores, combinados com os hábitos dos usuários, se tornam a vantagem competitiva do Netflix. Anderson (2006) cita que um dos atributos importantes de segmentos de mercado que oferecem um número muito grande de possibilidades é organizar a escolha de maneira a efetivamente ajudar os consumidores:

(...) agora sabemos que a variedade em si não é suficiente. Também precisamos dispor de informações sobre a variedade e saber o que outros consumidores antes de nós fizeram com as mesmas escolhas. A ascensão do Google, com sua capacidade aparentemente onisciente de organizar o caos infinito da Web, de modo que o que buscamos apareça no topo, mostra o caminho. O paradoxo da escolha mostrou-se ter a ver mais com a deficiência de ajuda para exercer as opções do que com a rejeição da fartura. Organizadas de maneira inadequada, as alternativas são opressivas; expostas de maneira apropriada, as escolhas são libertadoras. (ANDERSON, 2006, p.118)

Recentemente, o Netflix se torna produtor de conteúdo. Rivaliza com os estúdios e canais de produção tradicionais e oferta programação exclusiva para os seus assinantes. Pereira et al (2015) argumentam que a fusão dos papéis de criador e provedor de conteúdo agregam valor à empresa e melhoram sua capacidade de satisfazer os clientes de forma mais eficiente. Além disso, o novo modelo permitiu um aumento nos lucros da Netflix, minimizando a influência dos fornecedores externos ao seu modelo de negócios e maximizando a singularidade de sua plataforma.

A primeira série original lançada pela Netflix foi *Lilyhammer*, coproduzida com a empresa Rubicon TV, da Noruega. A série estreou no canal norueguês NRK1 em 25 de janeiro de 2012, mas em 6 de fevereiro do mesmo ano, enquanto os espectadores noruegueses tinham assistido apenas aos dois primeiros episódios do programa, os assinantes da Netflix no Canadá e Estados Unidos, tiveram acesso a todos os episódios produzidos. Pela primeira vez, o consumidor assíncrono de televisão tinha acesso a uma temporada completa de um programa antes dos espectadores que seguiam a lógica do consumo síncrono.

Mas seriam as séries produzidas pelo Netflix, 'seriados de televisão'? Silva (2014b) estabelece a relação entre as séries de TV e a internet em três modos: o modo aditivo, em que práticas discursivas são somadas à experiência televisiva (websódios²⁵ das séries que

25 No contexto de séries televisivas, um websódio é uma história inédita, ambientada no mesmo universo ficcional onde se passa o seriado, e lançada exclusivamente na internet. A natureza narrativa dos websódios é variada. Por exemplo, a série *The Wire* produziu websódios que apresentavam eventos marcantes do passado de alguns personagens chave, como o primeiro encontro dos personagens Bunk e McNulty. Já os websódios de *The Walking Dead*, exploram narrativas de novos personagens, que não aparecem na trama principal, ou

acrescentam novos eventos à narrativa principal); o modo inclusivo, em que o seriado é transposto (de forma oficial ou não) à internet; e o modo exclusivo, em que práticas televisivas se dão exclusivamente online. É na última categoria que estão os seriados Netflix. É esclarecedor que em 2015, o Emmy, evento que premia produções e profissionais da indústria televisiva norte-americana, tenha indicado o Netflix em 13 categorias diferentes. O número condiz com o crescimento da Netflix em premiações como esta. No ano anterior, o provedor de conteúdo sob-demanda havia sido indicado em 11 categorias, e em 2013, em apenas 5.

Para estabelecer que os seriados Netflix estão inseridos dentro dos formatos, padrões e cultura da indústria televisiva contemporânea, busco agora apresentar instâncias em que a narrativa complexa, proposta por Mittell (2015), e conceitos relacionados a hipertelevsão, apresentados por Scolari, se apresentam nestes seriados. A análise realizada neste capítulo se baseia na abordagem poética proposta por Mittell, que a define como um foco nas maneiras específicas em que textos produzem sentido, levando em conta como práticas da indústria televisiva, audiências, críticos e criadores moldam práticas narrativas. Todos esses elementos serão levados em consideração ao situarmos estas séries dentro do espectro da complexidade televisiva e da hipertelevsão.

Até a presente data,²⁶ o Netflix disponibilizou em seu banco de dados um total de 30 programas seriados originais. Excluindo-se uma série documental e 7 programas infantis, temos um total de 22 programas. Um deles é uma minissérie, uma narrativa com arco completo que embora fuja das características estruturais que poderiam ser consideradas definidoras do gênero, é presença frequente na listografia elaborada pelo Clube dos Seriadores Anônimos do RN. Outras sete não possuem todas as temporadas exclusivas e produzidas pelo Netflix, mas são “reencarnações” de séries antes produzidas por canais tradicionais de televisão (como *Arrested Development* e *The Killing*). Das 14 séries restantes, decidimos por realizar uma breve análise de três das séries mais comentadas pelos Clube dos Seriadores Anônimos do RN no grupo fechado no Facebook e citadas durante as entrevistas realizadas: *Orange is The New Black*, *House of Cards* e *Marvel's Daredevil*.

Para realizar a análise, além da realização da assistência de todos os episódios das séries, observamos considerações realizadas por jornalistas e críticos de televisão, buscando também citações e afirmações de realizadores, produtores e executivos da Netflix, além dos comentários dos seriadores feitos na página do grupo no Facebook.

apresentam histórias elaboradas para personagens secundários.
26 01 de novembro de 2015.

1.5.1 *Orange is The New Black*

Orange is the New Black é uma série sobre uma privilegiada garota de Nova York que acaba na prisão por um crime cometido anos atrás. Apresentando uma fusão de comédia e drama, o seriado se passa quase que completamente dentro de um presídio federal nos Estados Unidos, e é vagamente baseado no livro de memórias de Piper Kerman. A maior parte do elenco é composto por mulheres (os homens são relegados a papéis secundários, e os únicos que tem presença constante são guardas e funcionários da prisão), e a narrativa incorpora temas como o feminismo, violência, drogas e família. A série utiliza o recurso do *flashback* para mostrar as personagens antes do encarceramento. Os *flashbacks* muitas vezes servem como o contraponto episódico (exibindo tramas que se resolvem em um único capítulo) à narrativa serializada do programa, que envolve arcos narrativos que duram temporadas inteira e influenciam os acontecimentos das temporadas seguintes.

A figura da produtora e roteirista Jenji Kohan como *showrunner*²⁷ se enquadra na teoria de Mittell no que diz respeito ao aspecto autoral. Mittell (2015) destaca que enquanto a televisão norte-americana tem se tornado mais esteticamente valorizada nas últimas duas décadas, sua função autoral tem se tornado mais proeminente. Apesar de considerar “televisão autoral” um conceito problemático, que não reflete a natureza colaborativa das práticas de produção, ele não só existe nos discursos da audiência e da indústria, personificado na figura do *showrunner*, como é considerado vital na forma como os espectadores compreendem e interpretam a televisão. A presença de Kohan é tão marcante que o próprio site do Netflix destaca ser uma série “da mesma criadora de *Weeds*”. No grupo do Clube dos Seriadores Anônimos no Facebook, a autoria da série é vista como uma qualidade inerente, a ponto de um dos usuários afirmar que a série “subiu no seu conceito”, ao descobrir quem são “seus criadores”, como é ilustrado na figura 1.

27 Termo utilizado pelo mercado televisivo norte-americano para designar o produtor responsável pelo programa. Nas séries contemporâneas, o *showrunner* geralmente é o roteirista-chefe, como Vince Gilligan, em *Breaking Bad*, e David Simon, em *The Wire*. Embora o *showrunner* geralmente seja também o criador da série, isso nem sempre acontece. Em *Lost*, o criador da série foi o produtor-executivo J.J. Abrahms (entre outros), mas os *showrunners* eram os roteiristas Damon Lindelof e Carlton Cuse.



Figura 1 – Imagem da secção de comentários de *Orange is The New Black*

Embora a premissa apresentada da “garota privilegiada que acaba na prisão” seja o motor de partida aos acontecimentos narrativos que ocorreram ao longo de três temporadas (até 2015), ao longo dos episódios *Orange is the New Black* se distancia da sinopse inicial. Piper, a protagonista, ocupa um espaço marcante durante a primeira temporada. É através da sua perspectiva de peixe fora d’água, que o seriado leva o espectador a conhecer uma população de mulheres com histórias de vidas bem diferentes da realidade favorecida da protagonista. Os conflitos e inseguranças de Piper são experienciados por sua família, em especial pelo noivo Larry, através dos telefonemas e visitas. Mas ao final da terceira temporada, o status de Piper como protagonista é questionável. Suas tramas narrativas não mais envolvem conflitos familiares e o personagem do noivo foi descartado (ainda na segunda temporada). Piper é a personagem que mais aparece em *flashbacks* ao longo da série, mas esse número é reduzido de 7 na primeira temporada, para 2 na segunda temporada. Na terceira temporada, a personagem não é destacada em nenhum *flashback*. Embora ainda seja um dos personagens centrais (aparece em todos os episódios) a sua narrativa agora se encontra entrelaçada nas narrativas de outras personagens, como Red, Caputo, Norma e Taystee. Kayla Hawkins, em um artigo do site Bustle.com, argumenta que Piper se tornou a antagonista da série, exercendo influência negativa em alguns dos acontecimentos exibidos.²⁸

Este pluralismo de personagens é uma das características que definem a hipertelevisão. Scolari (2009) afirma que os personagens se multiplicam em grupos complexos e que

²⁸ Disponível em <http://www.bustle.com/articles/95071-is-piper-still-the-main-character-of-orange-is-the-new-black-a-study-of-season>

“algumas vezes é realmente difícil identificar o protagonista destas ficções contemporâneas porque a maior parte dos personagens possui o mesmo status na narrativa” (SCOLARI, 2009, p.37).²⁹ O protagonismo múltiplo em *Orange is the New Black* também representa outra característica dos seriados contemporâneos: o discurso do outro e o fim das grandes narrativas. Owens (1987) explicita o pluralismo como uma condição pós-moderna, que reduz o “nós” como estando no meio de outros e ameaça a hegemonia da cultura ocidental. Seriados como *The Sopranos* e *Mad Men* exploraram a sensação de perda da singularidade desta narrativa. Tony Soprano é um personagem constantemente atormentado pela posição da masculinidade na cultura contemporânea, e questiona “o que aconteceu com Gary Cooper? O tipo forte e silencioso. Aquilo era um americano. Ele não se preocupava com seus sentimentos. Ele apenas fazia o que devia ser feito”.³⁰ Em *Mad Men*, Beale (2014) destaca que embora existam várias mulheres com papel de destaque na série, a narrativa orbita em torno dos homens do título (*men*) e que uma das temáticas chaves do programa é a decadência do privilégio destes homens ao longo dos anos 60.

Orange is the New Black finda por atuar nas duas frentes. Apresenta a perda de protagonismo exercida por Piper (americana de classe alta, privilegiada, no melhor estilo WASP³¹), e exhibe uma pluralidade de narrativas de personagens marginalizados, em sua maioria mulheres, negras, latinas, imigrantes, rurais.

1.5.2 House of Cards

House of Cards é um drama político estrelado por Kevin Spacey (que também é produtor-executivo da série). O seriado é a versão norte-americana de uma minissérie britânica homônima, que por sua vez é baseada em um livro escrito por Michael Dobbs. O programa foi a primeira produção seriada totalmente realizada pelo Netflix, e a utilização de nomes consolidados no mercado audiovisual dos Estados Unidos (além de Spacey, Robin Wright e Kate Mara também atuam na série; David Fincher é produtor-executivo e diretor dos dois primeiros episódios), foi uma decisão deliberada da empresa. Ted Sarandos, diretor de

29 Tradução do autor para: *Sometimes it is really difficult to identify the protagonist of these contemporary fictions because most of the characters have about the same status in the narrative.*

30 Tradução do autor para: *What happened to Gary Cooper? The strong, silent type. That was an American. He wasn't in touch with his feelings. He just did what he had to do. The Sopranos*, episódio 01.

31 Acrônimo em inglês para designar um indivíduo branco, anglo-saxão e protestante (**White, Anglo-Saxon, Protestant**). De forma geral, designa grupos tradicionais que possuem um poder político, financeiro e social desproporcional quando comparados ao restante da população, e que tem acesso a oportunidades restritas à outras pessoas.

conteúdo do Netflix afirmou em entrevista que “(...) queria que os consumidores soubessem o que estávamos fazendo e queria que a indústria soubesse que estávamos fazendo isso para que pudéssemos atrair mais projetos interessantes. Fazer pela metade, ou alguma coisa pequena, não ia nos levar lá”.³²

Ao contrário de *Orange is the New Black*, a presença de Frank Underwood como personagem central não pode ser questionada. É através do seu ponto de vista que observamos todos os meandros da política federal norte-americana, e os personagens secundários são definidos através das relações que estabelecem com Underwood. Mittell (2015) destaca que a ligação que os espectadores possuem com os personagens é importante para as séries. Quem assiste deve se importar de alguma forma com a narrativa do personagem. *House of Cards* segue a tradição recente da indústria televisiva dos Estados Unidos de utilizar o anti-herói como protagonista. A narrativa do anti-herói utiliza com frequência a relatividade moral, em que um personagem eticamente suspeito é justaposto com outro ainda mais vil e insensível, destacando as qualidades que redimem o anti-herói. Mas o nível de venalidade de Frank Underwood supera o de outros personagens como Tony Soprano ou Walter White. Ele não tenta justificar suas ações pelo bem da família, e não existem adversários que cometam ações mais terríveis que as dele. Ele não tem filhos e sua vida familiar é uma extensão da vida profissional, tendo a esposa Claire como aliada ferrenha nas tramas que executa. Frank Underwood não é o anti-herói de *House of Cards*. Ele é o vilão, como atesta David Holmes:

Underwood não é um anti-herói; ele é um vilão. Não há justificativas, falsas ou não, para as vidas que ele arruína e as pessoas que ele assassina no caminho para o topo. Ele não tem família para sustentar; possui um "império sem herdeiros", como um personagem caracteriza. Ele não tem um conhecimento singular do que é melhor para o país; seus talentos residem na destruição, não na liderança. (...) Underwood simplesmente quer o poder pelo poder.³³

Como fazer que o telespectador apresente algum tipo de empatia e desejo continuar assistindo ao seriado? Mittell (2015) destaca outros aspectos que podem ajudar a trazer a

32 Tradução do autor para: *I wanted consumers to know that we were doing it and I wanted the industry to know that we were doing it so we could attract more interesting projects. Doing it in some half way, some small thing, it wasn't going to get us there.* Disponível em: http://www.huffingtonpost.com/2013/01/24/netflix-show-house-of-cards_n_2545332.html

33 Tradução do autor para: *Underwood is not an anti-hero; he is a straight-up villain. There are no justifications, false or otherwise, for the lives he ruined and people he murdered on the way to the top. He has no family to support; his is an "empire without heirs," as one character calls it. He has no unique knowledge of what is best for the country; his talents lie in destruction, not leadership. (...) Underwood simply wants power for power's sake.* Disponível em: <https://pando.com/2015/03/02/blank-frank-how-house-of-cards-lost-its-magic-and-how-it-can-get-it-back/>

audiência para “o lado” de um protagonista como Frank Underwood. Uma delas é o carisma, que em parte deriva do desempenho do ator. Outra seria como os demais personagens tratam o anti-herói. Underwood é respeitado pela sagacidade política e habilidade de conseguir resultados. Outro aspecto apresentado pelo personagem pode ajudar a torná-lo mais simpático. Através da constante quebra da quarta parede, Underwood conversa com familiaridade com a audiência. Em alguns momentos, palavras não são necessárias. Olhares, gestos, o levantar das sobrancelhas na direção da câmera, tornam o espectador cúmplice das atrocidades cometidas pelo personagem. Temos acesso a interioridade de Frank Underwood de forma que nenhum outro personagem tem.

A estratégia parece funcionar entre os fãs de *House of Cards* analisados. Na página do grupo no Facebook, dois seriadores dialogam sobre o personagem Frank Underwood. O primeiro afirma estar se apegando ao personagem para “*preencher o lugar que o Walter White deixou quando se foi*”, dizendo não estar decepcionado. Outro seriador concorda, dizendo que sente que deve odiar o personagem por algum senso ético, mas “*torce que ele consiga tudo que ele quer.*”

O que ocorre com personagem interpretado por Kevin Spacey é semelhante à descrição que Mittell (2015) realiza do personagem Dexter Morgan, o assassino serial que protagoniza a série *Dexter*. Os produtores utilizaram o carisma do ator Michael C. Hall, e sua identificação com um afável personagem que havia interpretado na série *Six Feet Under* durante cinco anos, para atenuar as qualidades negativas de Dexter Morgan. Também concedem ao espectador acesso exclusivo a interioridade do personagem, através do uso de narração *voice-over* e *flashbacks*. A relação estabelecida entre audiência e personagem, nos permite presenciar ações que todos os outros personagens desconhecem, provendo segredos e conhecimentos sobre o código de ética pessoal de Dexter e até mesmo posicionando os espectadores como comparsas nos seus atos de vigilantismo.

1.5.3 Marvel's Daredevil

Marvel's Daredevil é uma série baseada no super-herói dos quadrinhos Demolidor. Criado por Stan Lee, o Demolidor é o alter-ego do advogado Matt Murdock, que ficou cego devido a um acidente, que em contrapartida deixou todos seus outros sentidos super aguçados. A série casa interesses comerciais do Netflix, com os da própria Marvel, interessada em

ampliar seu universo cinematográfico para a televisão. Além da produção de *Marvel's Daredevil*, o Netflix irá exibir três outras séries (*Marvel's Jessica Jones*, *Marvel's Luke Cage* e *Marvel's Iron Fist*) fixadas no mesmo universo ficcional e com personagens comuns (a atriz Rosario Dawson interpreta a enfermeira Claire Temple em *Marvel's Daredevil* irá reprisar o personagem em *Marvel's Jessica Jones*). Após a exibição dos quatro programas, a Netflix irá exibir uma minissérie, *Marvel's The Defenders*, que irá reunir os protagonistas de todas as séries. Temos aqui um caso de expansão de um universo narrativo em uma única mídia (plataforma Netflix) que se estende em vários produtos diferentes e sem uma hierarquia definida. As séries podem ser assistidas individualmente ou em conjunto, acumulando mais de 50 horas de produção em aproximadamente um ano (as datas de lançamento de *Marvel's Iron Fist* e *Marvel's The Defenders* ainda não foram definidas). Embora a princípio não possamos considerar esta estratégia de lançamento das cinco séries como narrativa transmidiática, já que a única mídia envolvida até o momento é a televisão (Jenkins define a narrativa transmídia como um processo onde uma experiência unificada de entretenimento é proporcionada pela dispersão de elementos narrativos através de múltiplos meios), as séries estão situadas no mesmo universo ficcional que os filmes lançados pelo estúdio: o Universo Cinematográfico da Marvel.

Segundo Ayodeji (2013) o Universo Cinematográfico da Marvel demonstra um uso sofisticado e singular da complexidade narrativa no cinema. A partir do lançamento do filme *Iron Man*, em maio de 2008, a Marvel iniciou o lançamento de uma série de filmes baseados em seus super-heróis dos quadrinhos (Hulk, Thor, Homem de Ferro, Capitão América, Vingadores) em filmes que poderiam ser assistidos e apreciados individualmente, mas que se passavam no mesmo universo narrativo e onde tramas de um filme teriam influência em outro. Ayodeji (2013) afirma que os filmes do Universo Cinemático Marvel demonstram uma relação meta-textual entre os textos. Por exemplo, o personagem Nick Fury em *Avengers* (2012) faz referências diretas a eventos que aconteceram em *Thor* (2011), de uma forma em que busca justificar suas ações ambíguas que trouxeram desconfiança e dissidência entre os Vingadores; em *Iron Man 3* (2013) Tony Stark sofre de distúrbio de estresse pós-traumático como resultado de eventos que aconteceram em *Avengers* (2012). Referências aos filmes do Universo Cinematográfico da Marvel também são apresentadas em *Marvel's Daredevil*. A degradação da vizinhança de *Hell's Kitchen*, onde ocorre a ação, é provocada por eventos ocorridos no filme *Avengers* (2012).

Embora as referências sejam apenas marginais à trama do seriado, o compartilhamento de um mesmo universo ficcional por parte destas produções, abre o caminho para a existência de narrativa transmidiáticas que englobem os filmes e seriados de televisão produzidos pela Marvel.

No próximo capítulo, iremos discorrer sobre as implicações da disruptura do fluxo televisivo, as relações estabelecidas entre narrativas e tempo, e o conceito de circulação assíncrona, dando destaque também às tecnologias que possibilitam a prática.

CAPÍTULO 2. O TEMPO NA TELEVISÃO

Neste capítulo discorreremos sobre o tempo como um elemento fundamental da televisão tradicional. Obedecendo a lógica da grade de programação, emissoras de televisão sempre foram definidas por transmitir conteúdo em intervalos regulares de tempo. A regularidade é importante para os espectadores, que devem conhecer os horários para estabelecer seus hábitos de assistência, e ainda mais fundamental para a relação entre as emissoras e os anunciantes, que demandam também regularidade nos prazos e períodos de duração das peças publicitárias, posto que, como afirma Kompare (2006), o objetivo central do veículo é vender audiências em potencial para os anunciantes, em um modelo que relega os espectadores a índices e dados demográficos. Além disso, o tempo é fator limitante para as estratégias comerciais da televisão tradicional, de forma que a produção ou transmissão de conteúdo sempre estará confinada ao limite de horas em um dia ou de dias em uma semana. De acordo com Kompare (2006):

(...) a maior parte da ficção televisiva é seriada, apresentada em episódios separados. As séries de televisão (particularmente nos Estados Unidos) são projetadas principalmente para obter modularidade ótima, aderindo rigidamente a fórmulas específicas que dizem respeito a duração de programa (trinta ou sessenta minutos, por exemplo), momento do dia (dia, horário nobre), gênero (comédia, drama), e periodicidade (diária, semanal, anual). Isto tem sido historicamente facilitado pelo fluxo de transmissão, que padroniza a distribuição de certas audiências em torno de gêneros e horários, estabilizando os mercados publicitários e desenvolvendo uma “marca” consolidada para a continuação da exploração. (KOMPARE, 2006, p. 342)³⁴

Durante o percurso desta dissertação, citamos tecnologias (controle-remoto, videocassete, aparelhos de gravação digital, internet) que, ao serem adotadas pelos espectadores, causaram perturbações nesse modelo. O autor argumenta que o uso destas tecnologias e suas conexões físicas e culturais com a televisão “possibilita às pessoas a usar seus televisores para criar ou acessar a programação do seu próprio jeito, em vez de ficar preso aos horários impostos pela indústria de radiodifusão” (KOMPARE, 2006, p.336)³⁵. Nesse

34 Tradução do autor para: “*Television series (particularly in the United States) are designed primarily for optimum modularity, adhering rigidly to specific formulas regarding program length (e.g., thirty or sixty minutes), daypart (daytime, prime-time, “fringe”), genre (sitcom, drama), and frequency of viewing (daily, weekly, annual). This has historically facilitated broadcast flow, standardizing the delivery of particular audiences around particular genres and times, stabilizing television-advertising markets, and developing an established “brand” for continued exploitation.*”

35 Tradução do autor para: (...) *enables people to use their sets to create or access programming on their own*

capítulo, objetivamos demonstrar como perturbações no fluxo televisivo alteram estruturas narrativas dos seriados de televisão, culminando com o modelo apresentado pelo Netflix. Através desta demonstração, iremos analisar como os seriadores percebem essas mudanças e interpretar como o modelo de circulação assíncrono transforma a maneira como os usuários interagem com estas séries. Abaixo tentamos refletir sobre o deslocamento das diferentes formas de assistir as imagens ficcionais.

2.1 O Fluxo televisivo

O fluxo, como proposto por Williams (1974/2004), seria a natureza ininterrupta do meio com, entre e através dos programas. O modelo tradicional de televisão seria um fluxo constante e interminável de programas, comerciais e vinhetas com o intuito de seduzir o telespectador a assistir o maior tempo possível de televisão, obedecendo a repetições diárias ou semanais. Para ele, o fluxo seria a característica definidora da radiodifusão, como tecnologia e formato cultural, e se diferenciava de outros formatos culturais, que aconteciam como eventos distintos e descontínuos.

Pessoas pegavam um livro ou panfleto ou jornal, iam ao teatro, ou concerto (...) ou evento esportivo, com uma única expectativa e atitude predominantes. As relações sociais estabelecidas nestes vários eventos culturais eram específicas e até certo ponto temporárias (WILLIAMS, 1974/2004, p.88)³⁶

Williams (1974/2004) diferencia as noções televisivas de programação e fluxo. A primeira ainda poderia ser lida como uma série de unidades temporais distintas, que poderiam ser assistidas em momentos específicos. Já durante o fluxo, os intervalos não são mais eventos naturais (a intermissão de uma peça teatral entre atos, ou a interrupção natural de um evento esportivo), e sim incorporados à grade de televisão. Os intervalos se tornam parte do fluxo, escolhidos em momento oportunos às necessidades das emissoras televisivas.

Williams observou no sistema norte-americano de radiodifusão uma maior incorporação das emissoras ao fluxo. Isto se torna claro quando distinguimos transmissões esportivas europeias das dos Estados Unidos. Enquanto partidas de futebol, populares em toda Europa, apresentam intervalos comerciais na interrupção natural da partida, as transmissões de esportes populares entre norte-americanos (beisebol, futebol americano, basquetebol) são inundadas por intervalos comerciais entre pedidos de tempo, paradas técnicas e até mesmo, o "break da televisão". No Brasil, onde o modelo de radiodifusão comercial segue o padrão norte-americano, a rede Globo define o horário das partidas de forma que esta se encaixe em seu fluxo estabelecido, exemplo de como a escolha de quando exibir certas atrações é deliberada, como atesta Sodano (2012):

A NBC quer que assistamos não apenas *Community* e *30 Rock* nas quintas-feiras à

36 Tradução do autor para: *People took a book or a pamphlet or a newspaper, went out to a play or a concert or a meeting or a match, with a single predominant expectation and attitude. The social relationships set up in these various cultural events were specific and in some degree temporary.*

noite, mas também chamadas para outros programas da NBC, comerciais, anúncios e tudo exibido neste íterim. Em um fluxo ideal de radiodifusão, os televisores dos espectadores devem permanecer ligados antes e depois que assistam aos programas desejados. (SODANO, 2012, p. 29)³⁷

O aparente caos da lógica do fluxo seria na verdade uma tentativa intencional das redes de televisão em manter o espectador "ligado" ao canal. A grade televisiva atuaria como uma entidade que segue horários definidos, práticas regulares de programação e um território fixo, para o espectador (o seu aparelho de televisão) e para a própria emissora (o canal sintonizado).

O conceito de fluxo televisivo, como proposto por Williams (1974/2010) é problematizado por Thompson (2003), que argumenta que o autor ignora o fato de que nem toda mídia pré-televisão era apresentada através de unidades distintas, citando a literatura seriada, apresentações burlescas e revistas, e até mesmo sessões de cinema, onde a atração principal é precedida por outras. Thompson (2003) também vê problemas na incorporação dos intervalos comerciais ao discurso televisivo: “Dado que a visão do senso comum poderia ser a de que os comerciais interrompem os programas em vez de se tornarem partes deles, pode-se questionar o que exatamente Williams pensava deles”³⁸ (THOMPSON, 2003, p.7), adicionando que o conceito acaba por sugerir uma passividade por parte do espectador.

Não obstante a pertinência das observações de Thompson, sugerimos que o conceito do fluxo televisivo seja importante para compreender as estratégias de distribuição de conteúdo das emissoras comerciais de televisão. Mullen (2003) afirma que o objetivo geral das emissoras é fazer com que todos os programas fluam em conjunto, de uma maneira que reforcem a identidade da emissora. A sinergia entre os intervalos comerciais e a programação foi evidenciada no episódio final da série *Lost*. Sodano (2012) observou que pelo menos três anúncios exibidos por uma afiliada local do canal ABC, apresentaram símbolos, músicas e efeitos sonoros similares aos utilizados pela série. Os espectadores testemunharam paratextos que proporcionaram uma compreensão mais ampla da série em relação ao contexto de radiodifusão.

37 Tradução do autor para: *NBC wants us to watch not only Community (2009–Present) and 30 Rock (2006–Present) on Thursday nights but also the promos for other NBC programs, commercial advertisements, and anything in between. In an ideal network flow, viewers’ television sets should remain turned on well before and long after they watch their desired program(s).*

38 Tradução do autor para: *Given that one’s commonsense view might be that commercials interrupt programs rather than forming part of them, one might then question exactly what Williams thought they did.*

2.2 Rompendo o fluxo

Sabemos que novas tecnologias mudam nossa forma de usar e compreender os seus usos. Nossas formas de sentir e perceber também são transformadas com as novas tecnologias. Lotz (2007) afirma que as tecnologias de conveniência (controle remoto, videocassete, etc) causaram transtornos nos modos de produção e distribuição, acarretando mudanças significativas nas práticas de consumo e discursos. Para melhor compreensão destas mudanças, iremos analisar o impacto delas em três correntes temporais distintas no interior das narrativas televisivas, como apresentadas por Mittell (2015). O **tempo de história** seria o período diegético, como o tempo passa dentro do universo ficcional, geralmente seguindo as convenções lineares de progressão cronológica. O **tempo de discurso** é a estrutura temporal e duração da história, da forma como é contada em uma determinada narrativa. O tempo de discurso geralmente difere do tempo da história, através do uso de *flashbacks*, elipses temporais, repetições de cenas sob perspectivas múltiplas. Nas narrativas complexas, a exibição de eventos de forma não-linear se tornou ainda mais comum. Mittell (2015) cita que nos últimos anos, muitos pilotos de série tem adotado a estrutura de iniciar a trama em um momento de clímax, para em seguida retroceder a história e explicar o que levou ao momento culminante (*Breaking Bad*, *Damages*, *Revenge*, *Veronica Mars*). O **tempo de narração** é a estrutura temporal envolvida em contar e receber a história. Outras mídias, como o livro, possuem um tempo de narração bastante variável, já que as pessoas têm ritmos de leitura variáveis, podendo terminar de ler um livro em alguns dias ou semanas. Para a televisão tradicional, o tempo de narração é estritamente controlado, através da programação de segmentos semanais, intervalos comerciais e durações fixas de episódios. Mittell (2015) sugere o uso da terminologia **tempo de tela**, para se referir ao tempo de narração, no cinema e na televisão.

Thompson (1997) argumenta que a televisão possui uma contribuição distinta para a arte ocidental: a capacidade de contar longas histórias, onde personagens envelhecem e progridem narrativamente, e detalhes podem tomar uma grande importância, oferecendo um rico e denso mundo narrativo. Mas durante os primeiros anos da televisão nos Estados Unidos, com exceção das *soap operas*, os produtores não utilizaram essa possibilidade dramática. Tanto as séries antológicas, quanto os dramas e comédias de situação episódicas, apresentavam episódios autônomos e independentes. Mesmo séries longas, como *Gunsmoke* ou *My Three Sons*, se limitavam a mostrar o envelhecimento dos personagens, sem utilizar

longas narrativas através de temporadas. Embora o tempo de história dessas séries obedecesse a uma progressão cronológica linear, o que era exibido na tela era um momento singular em um **eterno presente narrativo**, onde situações passadas não eram mencionadas e não afetavam a estrutura narrativa do episódio atual, ao mesmo tempo em que os acontecimentos não teriam qualquer implicação nos episódios futuros. De acordo com Thompson (1997), "tendo em conta os hábitos de assistência irregulares da audiência, esta filosofia narrativa fez todo o sentido (p. 33)".³⁹

Outras implicações estruturais podem ajudar a explicar o fenômeno. A função do roteirista era exercida com precariedade. No estilo de *Man Against Crime*, as séries de TV até os anos 60 eram dominadas por roteiristas autônomos, pagos por episódio. A criação de uma série **serializada** seria impraticável em um ambiente dominado por profissionais que não tinham uma relação sólida com o programa. As temporadas eram mais longas, com um maior número de episódios exibidos e o tempo e condições de produção mais curtos. Davies (2005) compara o processo de escrever para televisão com uma linha de produção que deve ser mantida em constante movimento, com pouco tempo para falsos começos e revisões. Como mostramos no primeiro capítulo, esta relação começou a ser alterada após a atuação da MTM, a produtora independente de Grant Tinker, que destacava a importância do roteirista na confecção das séries de televisão.⁴⁰ A televisão atual também oferece temporadas mais curtas, principalmente entre os canais de televisão fechados, modelo seguido pela Netflix. Dentre as séries assistidas pelos seriadores e discutidas neste trabalho, a quantidade de episódios produzidos por temporada varia entre oito a treze.

A efemeridade da televisão seria colocada em questão com o uso do videocassete doméstico por parte da audiência. A memória coletiva dos espectadores passou a ser auxiliada pela gravação de episódios, que materializava o programa, permitindo um acompanhamento mais detalhado de uma série, diminuindo a possibilidade de 'perder' um episódio, e habilitando um conhecimento superior ao dos próprios produtores. Ironicamente, a primeira série serializada do horário nobre nos Estados Unidos foi *Dallas*, exibida pela primeira vez em 1978, um ano após a chegada do formato VHS ao mercado norte-americano. Atualmente, a **serialização** domina a estrutura narrativa das séries de drama da televisão dos Estados

39 Tradução do autor para: *Given the irregular viewing habits of the audience, this narrative philosophy made perfect sense*

40 A importância dos roteiristas para a indústria televisiva norte-americana ficou evidente durante a greve dos profissionais, entre 5 de novembro de 2007 e 12 de fevereiro de 2008, onde toda a produção de novos episódios foi interrompida. Butcher (2012) afirma que a paralisação estava relacionada ao impacto de novas tecnologias à televisão. Os roteiristas estavam insatisfeitos com as compensações financeiras advindas da distribuição e circulação do material produzido em DVD e na internet.

Unidos, tanto na televisão fechada (*Master of Sex*, *Orphan Black*, *Game of Thrones*, *The Walking Dead*), seja na televisão aberta (*Scandal*, *Grey's Anatomy*, *Gotham*). Séries de comédia exibidas em canais fechados também adotam a serialização narrativa, como *Girls*, da HBO, e a própria Netflix, com *Love*. As séries que ainda adotam o modelo episódico rejeitam o formato do eterno presente narrativo. Comédias como *Modern Family*, em que episódios podem ser apreciados individualmente de forma plena, apresentam situações⁴¹ que acarretam em repercussões em episódios posteriores.⁴²

As práticas de orientação citadas no segundo capítulo permitiram que as narrativas televisivas ousassem na apresentação de eventos narrativos. Mittell (2015) destaca que a compreensão do tempo de discurso pode ser desafiadora em séries que apresentam rupturas cronológicas, como *flashbacks* aninhados, repetições e saltos temporais, como *How I Met Your Mother* e *Flashforward*, obrigando que os fãs destes programas não apenas se mantenham atentos a todos os detalhes, mas também registrando a continuidade temporal através da leitura de resumos e recapitulações em *sites* oficiais ou mantidos por fãs. Silva (2014a) destaca a aceitação dos fãs de séries na realização de práticas que rompem com o fluxo televisivo. Graças as facilidades possibilitadas pelos computadores e pela internet, eles realizam *download* das séries em fóruns ou sites especializados.

O tempo de tela sempre foi restritamente controlado pela indústria televisiva. A necessidade de veicular os anúncios comerciais em intervalos regulares criou formatos padronizados. As séries de comédia (*sitcom*) contemporâneas exibidas na televisão aberta, são apresentadas em segmentos de meia-hora, com episódios que duram 22 minutos. As séries dramáticas são exibidas em segmentos de uma hora e duram 42 minutos. O tempo de tela passa a ser mais flexível nas séries produzidas pelos canais fechados *premium*⁴³, como a HBO e o Showtime. A primeira temporada de *Masters of Sex*, por exemplo, apresentou 12 episódios, com tempos de duração que variaram de 52 a 59 minutos. O tempo de duração

41 O personagem Mitchell sai do emprego no episódio 17 da primeira temporada, e o fato é referenciado em outros episódios.

42 É importante perceber, como afirma Mittell (2015), que a televisão complexa também abriga séries que intencionalmente rejeitam de forma total ou parcial a serialização. *Seinfeld* geralmente encerrava seus episódios com a exibição de *cliffhangers* cômicos que nunca seriam resolvidos ou mencionados novamente na narrativa da série, que de forma geral, apresentava arcos narrativos por temporada. Durante todos os episódios das quatro primeiras temporadas da série de animação *South Park*, o personagem Kenny morria de formas variadas, ressuscitando inexplicavelmente no episódio seguinte. *Louie* oferece uma desconstrução do modelo episódico, apresentando uma série de tramas episódicas, todas envolvendo o personagem central, o comediante Louie C.K., que não obedecem cronologia linear. Em vez de apenas ignorar os fatos da trama (eterno presente narrativo) há uma oposição radical. Louie tem um irmão na primeira temporada, uma irmã na segunda, e duas atrizes diferentes interpretam sua mãe.

43 Os canais *premium* não são inclusos nos pacotes básico das tvs por assinatura, sendo liberados através de uma taxa adicional e geralmente não incluem intervalos comerciais durante a exibição dos programas.

mais comum foi o de 54 minutos, em três episódios. A primeira temporada da série *The Following*, exibida pelo canal aberto Fox, apresentou 15 episódios, com tempo de duração variando entre 42 e 46 minutos. O tempo de duração mais comum foi 44 minutos, em 10 episódios diferentes.⁴⁴⁴⁵ Como veremos adiante, a flexibilização do tempo de tela se torna ainda mais acentuada nas séries originais exibidas pelo Netflix. No próximo item, analisaremos a prática do *binge-viewing*, uma forma de consumo que se popularizou bastante com a comercialização de séries em DVD e chegada ao mercado dos provedores de conteúdo sob-demanda.

44 Os tempos de duração dos episódios foram obtidos através do site imdb.com.

45 Em 2008, numa tentativa de melhorar seus índices de audiência, o canal Fox exibiu duas séries, *Fringe* e *Dollhouse*, com maior tempo de duração e intervalos comerciais menores, batizando a estratégia de *remote free TV*, a televisão sem controle remoto. A iniciativa durou apenas um ano.

2.3 *Binge viewing*: “maratonando” às séries

A partir da década passada, as livrarias e lojas de departamento passam a comercializar um novo produto que seria cultuado entre os consumidores. Os *box set*, coletâneas de episódios de séries em DVD, organizados por temporada, possibilitaram a aquisição dos seriados e programas de televisão favoritos do público. Kompare (2006) sugere que o lançamento dos *box sets* de séries alterou a relação que os espectadores possuem com as séries de televisão, representando uma mudança mais significativa que as mudanças oferecidas por outras tecnologias. Enquanto o mercado para comercialização de filmes em VHS foi fundamental para a indústria cinematográfica, o mesmo não aconteceu com a televisão. A capacidade reduzida de armazenamento permitia que apenas um pequeno número de episódios fosse vendido por unidade, limitando a capacidade de venda destes produtos, assim como a capacidade de consumidores em colecionar às séries. O DVD não só possuía uma maior capacidade de armazenamento, bem como ocupava um espaço de prateleira menor. Comparativamente, um *box set* com as cinco temporadas da série *The Wire*, ocupa um espaço de prateleira menor do que uma embalagem dupla de VHS. A qualidade estética e a exclusividade dos conteúdos elevaram o status dos *box set*. A televisão publicada e objetificada passou a ocupar um espaço de relevância no cenário do consumo dos seriados televisivos, transformando a relação do consumidor com o produto:

Agora, programas podem ser completamente assistidos ao sabor do espectador, sem esperar pela exibição de uma reprise ou esperando comerciais. Além disso, os programas podem ser acessados em sua totalidade (...), com cenas suprimidas para reprises adicionadas de volta, e som e imagem restaurados (...) (KOMPARE, 2006, p.352)⁴⁶

Kompare (2006) argumenta que essa acessibilidade facilitada aos episódios transformou a experiência com as séries de televisão de forma mais significativa do que outras tecnologias, transformando a narrativa seriada no que chama de **fluxo publicado**. O espectador não precisa mais esperar um tempo pré-determinado para assistir ao episódio de um programa, podendo até mesmo consumir uma temporada inteira de um seriado em um único dia. *Binge viewing* (ou *binge watching*) é a expressão de origem norte-americana que qualifica a forma como telespectadores assistem programas de televisão de maneira

⁴⁶ Tradução do autor para: *Programs can now be accessed completely at the whim of the viewer, without waiting for a rerun airing or searching through commercial breaks. Moreover, they can be accessed in their entirety (...), with scenes long deleted for syndication added back in and images and sounds restored (...)*

concentrada, assistindo diversos episódios de um mesmo programa, ignorando as exibições usuais oferecidas pelas grades das emissoras de televisão. A prática se enquadra no que Scolari (2009) define como consumo assíncrono de conteúdo televisivo, e seria uma das características definidoras da hipertelevisão.

O *binge-viewing* se tornou mais evidenciado através da implementação de outras tecnologias. A popularização dos aparelhos de gravação digital permitiu uma espécie de **fluxo capturado**, semelhante às possibilidades oferecidas pelo videocassete, mas de forma digital, sem a necessidade da utilização de fitas, e com qualidade idêntica à fornecida pela transmissão original. A popularização de sites que oferecem o *download* de episódios em sites da internet e dos serviços *peer to peer* possibilitou um **fluxo capturado e compartilhado**, uma prática que acontece às margens da indústria televisiva, situada em um espaço contraditório dentro da lógica do mercado. Ao mesmo tempo em que os grandes conglomerados midiáticos atacam os sites e pessoas responsáveis pelo compartilhamento, executivos, como Jeff Bewkes, da Time Warner, celebram a disseminação dos programas: “Isto é melhor que um ganhar um Emmy”⁴⁷, afirmou Bewkes, enaltecendo o fato de *Game of Thrones* ser o programa de televisão mais “pirateado” do mundo.

Um estudo da Nielsen Media⁴⁸ realizado nos Estados Unidos, indicou que 88% dos usuários da Netflix e 70% dos usuários da Hulu Plus, serviços que oferecem conteúdo audiovisual sob-demanda, já assistiram três ou mais episódios de um mesmo programa televisivo em um único dia. A tendência da assistência assíncrona, explicitada pela pesquisa, pode ter fundamentado a escolha da Netflix em oferecer seus programas originais da mesma maneira em que oferece programas de terceiros. Esse padrão de lançamento também pode ser observado entre outras empresas que oferecem conteúdo original sob demanda. Quando em 2009, a Crackle.com disponibilizou seus primeiros programas originais, como *Mommy XXX* e *The Bannen Way*, as estreias seguiam um padrão de lançamento semanal ou diário. Em 2013, a empresa disponibilizou todos os episódios da série de ação *Chosen* em um único dia.

É importante perceber que existe uma diferença clara entre as noções de consumo e circulação assíncronos. O consumo assíncrono é um movimento que parte da audiência. É o espectador que decide seguir ou não os ritmos da indústria televisiva. A maior parte das séries disponível no banco de dados da Netflix, por exemplo, foi primeiramente exibida em grades de televisão tradicionais. A circulação assíncrona é um fenômeno recente, talvez

47 Disponível em: <http://www.forbes.com/sites/insertcoin/2014/04/15/game-of-thrones-sets-piracy-world-record-but-does-hbo-care/#21de2f107198>

48 Disponível em <http://www.thewrap.com/netflix-hulu-users-prefer-binging-study-finds/>

impulsionada como uma resposta de parte desta indústria (os provedores de conteúdo sob-demanda), que não sustentam seu modelo de negócio através de anunciantes em intervalos comerciais, mas através de assinaturas de usuários, constantemente monitorados e que tem suas preferências avaliadas por algoritmos que permitem ao sistema oferecer e recomendar produtos específicos.

Mas como o consumo e a circulação assíncrona desafiam nossa relação com os seriados de televisão? De acordo com Mittell, a estrutura essencial da forma seriada é um sistema temporal composto por frações de histórias distribuídas através do uso regulamentado do tempo de tela. A assistência fora do fluxo televisivo elimina a experiência cultural de assistir um episódio ao mesmo tempo que milhões de outros espectadores. A experiência de consumir uma narrativa seriada seria definida pelas lacunas temporais obrigatórias que existem entre os episódios e temporadas, permitindo que os espectadores continuem a se envolver com o programa, participando de comunidades, lendo críticas, consumindo paratextos e teorizando sobre acontecimentos futuros.

As implicações do consumo e da circulação assíncrona são destacadas por críticos, produtores, espectadores e acadêmicos. O jornalista Jim Pagels, do Slate.com,⁴⁹ aponta aspectos que para ele seriam negativos e afirma que para apreciar plenamente um programa de televisão você deve prestar atenção a cada uma das tramas (episódica ou de temporada). Ele diz que esta é uma das características definidoras da televisão como um meio e uma das coisas que a engrandece. Pagels destaca a importância dos *cliffhangers* – os mistérios apresentados ao final de um episódio – que precisam de tempo para que haja uma recompensa em esperar pelo seu desfecho. Essa visão encontra ressonância na opinião de Roberto Rios, vice-presidente de produções originais da HBO na América Latina, que afirmou em matéria publicada pelo jornal Folha de São Paulo⁵⁰ que é preciso lembrar que o tempo existe para que tudo não aconteça junto, que o tempo é necessário para absorver as coisas, e que seria antinatural eliminar a etapa da espera no lazer. Ele afirma que, ao disponibilizar de uma só vez o conteúdo integral das séries, a Netflix "banaliza a narrativa".

Para Sodano (2012), certos elementos paratextuais são perdidos por telespectadores que assistem a séries televisivas fora do contexto da grade de televisão. Ele cita o exemplo do episódio “*The Kiss*”, da série *Modern Family*, quando o casal Cameron e Mitchell (interpretados por Eric Stonestreet e Jesse Tyler Ferguson respectivamente) se beijam pela

49 Disponível em

http://www.slate.com/blogs/browbeat/2012/07/09/binge_watching_tv_why_you_need_to_stop_.html

50 Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/06/1291556-netflix-banaliza-a-narrativa-afirma-hbo.shtml>

primeira vez. Alguns fãs se questionavam porque os casais heterossexuais do programa sempre se beijavam e o casal gay não. Os fãs criaram uma página no Facebook, “*Let Cam & Mitchell Kiss on Modern Family*” (Deixem Cam & Mitchell se beijarem em *Modern Family*). Sodano argumenta que a controvérsia poderia passar despercebida pelos espectadores que assistem ao programa assincronicamente, já que não estariam fazendo parte da conversa coletiva em torno do programa.

O formato de circulação assincrônica de conteúdo utilizado pela Netflix tem gerado certo ceticismo de parte da crítica especializada e da audiência com relação a essa natureza participativa, social e comunitária dos espectadores. Elaina Polson⁵¹ argumenta que o “modelo Netflix” sacrifica as interações realizadas por usuários nas mídias sociais. Para ela, “a diminuição desta prática causa à empresa a perda de uma grande oportunidade para estabelecer uma relação com os telespectadores nas mídias sociais e desencadear um burburinho semanal em torno dos programas”⁵². Um usuário da secção de comentários do site *tv.com*, JT_Kirk, reflete as constatações de Mittell (2015), sobre a eliminação da experiência cultural de assistir um mesmo episódio ao mesmo tempo em que milhões de outros espectadores assistem:

Assistir TV tornou-se uma experiência compartilhada (...). Nos queixamos imediatamente quando algo terrível acontece aos nossos programas favoritos, (...) especulamos sobre *cliffhangers*, registramos nossos amigos assistindo *Game of Thrones* (...), nós assistimos TV juntos. Ao fazer isso, nós criamos conversa, controvérsia, raiva, exaltação,...) TV é melhor quando é algo que nós compartilhamos juntos, quando podemos dizer um ao outro "você viu isso na noite passada?!?" "Caramba, sim!"⁵³

Outros indivíduos são entusiastas da prática, como o blogueiro norte-americano Carles, editor do weblog *Hipster Runoff*, que destaca características que considera positivas ao consumir assincronicamente um seriado de televisão:

Realizar o *binge viewing* de uma temporada inteira de um programa de televisão sem

51 Disponível em:

<https://web.archive.org/web/20150921183939/http://www.lenzmarketing.com/blog/2014/02/19/is-netflixs-on-demand-approach-worth-sacrificing-social-media-interactions/>

52 Tradução do autor para: *The diminishment of this practice causes the company to miss out on a huge opportunity to engage consumers on social media and spark weekly buzz over its shows.*

53 Tradução do autor para: *TV viewing has become a shared experience, (...). We gripe immediately when something awful to our favorite shows happens, (...) we speculate on cliffhangers, we record our friends watching Game of Thrones (...) we watch TV together. By doing so, we create talk, controversy, internet rage, elation, fanboy and fangirl squee-ing.... (...) TV is best when it's something that we share together, when we can say to each other "did you see that last night?!?" "holy crap, yes!!!"* Disponível em: <http://www.tv.com/news/does-netflix-know-what-its-doing-137045566017/>

interrupção comercial permite que você 'mergulhe' completamente no mundo do seu programa favorito. Você não está esperando os comerciais ou assistindo as mesmas vinhetas institucionais irritantes repetidamente. Se você foi forçado a assistir o mesmo programa, semana após semana, (a experiência) não seria tão significativa porque você permite que interpretação de "tempo real" do programa substitua a sua versão pessoal de tempo real. (...) (realizando o *binge-watching*, você está aproveitando bons momentos com os personagens, formando uma profunda conexão emocional com eles.⁵⁴

Essa experiência significativa, um **mergulho imersivo** no mundo do seriado favorito, pode facilitar a forma como fazemos sentido das narrativas complexas. Mittell (2015) destaca que a maior parte das narrativas televisivas do passado foram projetadas para serem assistidas em qualquer ordem, por um espectador supostamente distraído e indiferente. Já a televisão complexa (ou a hipertelevisão) é concebida para um espectador atento, que presta atenção aos mínimos detalhes, compreendendo a profundidade das referências e admirando demonstrações de sagacidade narrativa. O fluxo publicado (ou capturado/compartilhado) proporciona flexibilidade e controle para consultar e rever momentos de episódios.

Em muitas séries, a capacidade dos espectadores de assistir em seus próprios horários abriu muitas possibilidades narrativas, já que espectadores de DVD tipicamente assistem episódios de forma mais rápida, em sucessão, encerrando uma temporada em uma semana ou duas, o que promove uma experiência mais imersiva e atenciosa. Para uma série constituída por muitos *cliffhangers*, como *24*, a assistência em DVD se torna uma corrida louca por uma recompensa narrativa, levando à mentalidade de compulsão, comparável a comestibilidade compulsiva de um pacote de salgadinhos (...) (MITTELL, 2015, p.39)⁵⁵

Outro aspecto destacado por muitos autores é a importância das lacunas na interpretação dos seriados de televisão. Fiske (1987/2001) identificou que os espaços temporais entre os episódios eram preenchidos de forma criativa e imaginativa pelo espectador, que “entra no texto”. Assim, o texto televisivo é definido por Fiske como produtor, um produto midiático que convida o leitor a participar da sua significação,

54 Tradução do autor para: *Binging on an entire season of a television show without commercial interruption allows you to completely 'immerse' yourself in the world of your new favorite show. You aren't waiting thru commercials or watching the same annoying network promos over and over again. If you were forced to watch the same show week by week, it wouldn't be as meaningful because you allow the show's portrayal of 'real time' to override your personal version of real time. (...) By binge-watching, you are spending quality time with the characters, forming a deep emotional connection with them.* Disponível em http://www.grantland.com/story/_/id/6780645/friday-night-lights-better-person-becoming-man

55 Tradução do autor para: *For many series, the ability for viewers to watch on their own schedules has opened up storytelling possibilities, as DVD viewers typically watch episodes more quickly in succession, working through a season over a week or two, which fosters a more immersive and attentive viewing experience. For some series built on cliffhangers, such as 24, the DVD viewing becomes a mad rush for narrative payoff, prompting a binge mentality comparable to the compulsive "eatability" of a bag of salty snacks (...)*

“escrevendo” em suas ausências: “O espectador assume o papel de autor e estabelece o seu 'roteiro' contra aquele a ser transmitido no futuro” (FISKE, 1987/2001, p.95)⁵⁶. Similarmente, Mittell (2015) observa que o envolvimento dos espectadores com os personagens irá necessariamente se estender por essas lacunas temporais, já que os fãs irão pensar, discutir e imaginar o que os personagens podem estar fazendo entre os episódios e até mesmo produzir suas próprias extensões paratextuais. Para o autor, “apesar da programação de transmissão ser um recurso arbitrário e artificial, é também produtivo, criando uma estrutura para o consumo coletivo sincrônico e proporcionando o tempo para refletir os desdobramentos de um mundo narrativo” (MITTELL, 2015, 2015, p.41)⁵⁷. Outro aspecto transformado pelo consumo e pela circulação assíncronas seria o da resolução de mistérios narrativos. Citando *Lost*, Mittell (2015) afirma que o modelo de envolvimento do fã em que os indivíduos teorizam, investigam e debatem seus achados, correlato com o que chamamos aqui de **esfera especulativa de participação**, depende de uma assistência simultânea, onde todos estão no mesmo ponto da narrativa, permitindo um processo colaborativo de decodificação, sugerindo que assistir *Lost* de forma isolada, distancia o espectador de uma rica comunidade de fãs, e que a natureza verdadeiramente efêmera do seriado não foi o texto transmitido na televisão, mas a experiência serializada da assistência.

Até o momento, observamos a existência do *binge-viewing* em séries que foram originalmente produzidas para grade de programação das emissoras de televisão. A seguir veremos como a Netflix propositadamente constrói seus seriados levando em conta a prática do *binge-viewing*.

56 Tradução do autor para: *Here the viewer assumes the role of author and sets her “script” against the one to be broadcast in the future.*

57 Tradução do autor para: *Although the broadcast schedule is ultimately arbitrary and artificial, it is also productive, creating the structure for collective synchronous consumption and providing the time to reflect on the unfolding narrative world.*

2.4 Séries assíncronicas

Por mais que situamos as séries Netflix dentro dos contextos da hipertelevisão e da televisão complexa, as particularidades do modelo de circulação assíncronico adotado pela empresa, fomentam transformações na maneira como esses programas são apresentados. A rigidez do tempo de tela apresentada anteriormente (maior na TV aberta, menor na TV fechada) é ainda menos preponderante dentre as séries Netflix. A duração dos episódios da primeira temporada de *House of Cards*, variou de 48 a 56 minutos. Na primeira temporada de *Marvel's Daredevil*, os episódios tiveram duração de 48 a 60 minutos, enquanto em *Orange is the New Black*, a primeira temporada revelou um tempo de tela que variou de 51 a 60 minutos. Caroline Framke⁵⁸ questiona a decisão do Netflix em permitir o que ele chama de “excesso de flexibilidade” na duração dos episódios do seriado *Love*, afirmando que os minutos excedentes (em *Love*, os episódios variam entre 27 e 36 minutos de duração) se assemelham com um “peso extra” que os personagens carregam.

A leitura de reportagens e artigos escritos por jornalistas americanos sugere que o modelo de circulação adotado pelo Netflix implica em transformações estéticas e narrativas que transformam esses seriados em uma nova forma de arte. Nathan Mattise⁵⁹, ao escrever sobre a primeira temporada de *House of Cards*, afirma que o ritmo dos dois primeiros episódios é diferente do que estamos condicionados a aceitar em outras séries dramáticas da TV fechada, e cita uma afirmação de Beau Willimon, *showrunner* da série, de que a equipe criativa responsável por *House of Cards* encarou a realização da primeira temporada como um filme de 13 horas de duração. Todd VanDerWerff⁶⁰ afirma que essa é uma decisão deliberada da empresa, e que Ted Sarandos, o diretor de conteúdo da Netflix, diz que, de modo crescente, a empresa não pensa em suas séries em termos de episódios, mas no programa como um todo: “A primeira temporada de *Bloodline* é o piloto”, afirmou Sarandos. VanDer Werff vê problemas com esta decisão narrativa, utilizando a série *Bloodline* como símbolo das suas críticas ao Netflix:

À sua maneira, *Bloodline* mostra todas as coisas que a Netflix terá que compreender no futuro. Agora, a gigante do conteúdo sob demanda tem uma tendência em criar programas onde a narrativa, em geral, sugere que algo significativo está por vir, sem

58 Disponível em: <http://www.vox.com/2016/2/21/11075740/netflix-love-review-judd-apatow>

59 Disponível em: <http://arstechnica.com/business/2013/02/house-of-cards-the-13-hour-movie-defining-the-netflix-experience/>

60 Disponível em: <http://www.vox.com/2015/7/29/9061833/netflix-binge-new-artform>

nada realmente acontecendo ou qualquer arcos de personagens avançando. É uma boa maneira de manter os espectadores que fazem o *binge viewing* consumindo episódio após episódio após episódio, mas uma péssima maneira de contar uma história. *Bloodline* estica essa tática quase até o ponto de ruptura.⁶¹

Alan Sepinwall⁶² desenvolve crítica semelhante ao seriado da Netflix *Marvel's Jessica Jones*, afirmando sentir-se ocasionalmente frustrado com a estrutura da série, que trata as 13 horas de conteúdo como “um único e imenso pedaço narrativo, com pouca distinção entre os capítulos”⁶³. Mas ao contrário de VanDer Weff, Sepinwall vê a adoção deste modelo como uma tendência que vêm se espalhando por todas as séries, também em emissoras tradicionais de televisão aberta e fechada, dizendo que cada vez mais as séries dramáticas estão sendo estruturadas para serem assistidas em maratona.⁶⁴ Sepinwall cita as séries *24* e *The Wire*, como programas que adotaram uma estrutura narrativa altamente serializada, e com poucas ou nenhuma tramas episódicas. Mittell (2015) destaca que *24* tirou proveito da consumo assíncrono através da venda de DVDs entre a primeira e segunda temporadas, destacando um raro aumento de audiência de cerca de 25%, motivado pela adoção da série por parte dos compradores de série em *box set*; e que em *The Wire*, toda os evento narrativos consistem de momentos que contribuem para o longo arco narrativo da série ou da temporada, ou são momento sem nenhum tipo de implicação narrativa, servindo apenas como exposição de personagens. Mas Mittell (2015) destaca que apesar da natureza completamente serializada de *The Wire*, a série foi capaz de imprimir uma percepção de unidade aos episódios, ao apresentar arcos de personagens paralelos com semelhança temática em cada capítulo.

No próximo capitulo, iremos abordar como se dá a experiência dos seriadores entrevistados na pesquisa e entre os comentários, com a assistência das séries originais Netflix enquadradas na pesquisa (*House of Cards*, *Marvel's Daredevil* e *Orange is the New Black*).

61 Tradução do autor para: *And in its own way, Bloodline points to all of the things Netflix will need to figure out moving forward. Right now, the streaming giant has a tendency to create shows where the storytelling mostly suggests and hints at something big coming up, without anything actually happening or any character arcs actually advancing forward. It's a good way to keep binge-watchers consuming episode after episode after episode, but it's a lousy way to tell a story. Bloodline stretches that tactic almost to the breaking point.* Disponível em: <http://www.vox.com/2015/3/23/8276029/bloodline-review-netflix>

62 Disponível em: <http://www.hitfix.com/whats-alan-watching/why-your-tv-show-doesnt-have-to-be-a-novel-in-defense-of-the-episode>

63 Tradução do autor para: (...) *one big chunk of story, with little to distinguish each installment from the next* (...)

64 Rodrigues (2015) cita uma afirmação do diretor de *True Detective*, Cary Joji Fukunaga, de que a experiência de dirigir os oito episódios da primeira temporada da série pareceu como um filme de oito horas. A declaração é semelhante com a de Beau Willimon, sobre a realização da primeira temporada de *House of Cards*, e corrobora o pensamento apresentado por Sepinwall, de que a serialização extrema vem se tornando uma tendência também entre os canais de televisão tradicionais (fechados ou abertos).

CAPÍTULO 3. FÃS, COMUNIDADES E PARTICIPAÇÃO

Henry Jenkins (2006) identifica momentos distintos no campo dos estudos dos fãs. O primeiro momento seria aquele em que pesquisadores (John Tulloch, John Fiske, Janice Radway) começaram a enfatizar a audiência como um ente ativo, e a utilizar métodos etnográficos em suas pesquisas, mantendo uma perspectiva despersonalizada sobre o objeto de estudo. Em um segundo momento, no qual Jenkins se inclui, os pesquisadores tentaram alterar a percepção do que é ser um fã e “articular uma perspectiva diferente que vem da experiência vivida e de um conhecimento localizado” (JENKINS, 2006, p.11)⁶⁵. Para Hills (2002), o retrato 'tático' dos fãs, apresentado por Jenkins em *Textual Poachers* (1992/2013) representou a vitória na batalha para situar os estudos dos fãs (*fan studies*) na agenda dos estudos culturais.

O livro apresentou a ideia de que os fãs representavam a vanguarda de uma nova relação com a mídia, e ajudou a promover uma visão despatologizada destes sujeitos, até então considerados consumidores acerebrados, desajustados sociais, assexuados, infantis, emocionalmente imaturos e incapazes de separar a fantasia da realidade – dentre outras características citadas em *Textual Poachers* (1992/2013). Além disso, Jenkins oferecia um retrato de fãs que resistiam à autoridade institucional, formulando interpretações únicas dos textos midiáticos. O ato de adotar a televisão como produto cultural de significância, por exemplo, pode ser analisado como um repúdio consciente às fronteiras culturais tradicionais (Jenkins, 1992/2013). Os fãs de televisão seriam, como caracterizou Lopes et al (2015), sujeitos que se envolvem emocionalmente com a trama ficcional que acompanham, criando laços profundos com o programa. Eles tendem “a explorar ao máximo aquilo que a produção oferece” e conhecem bem “os personagens e o rumo de suas histórias” (LOPES et al, 2015, p.18). Este fã também pode se tornar um produtor de conteúdos, e ser capaz de compartilhar com outros fãs suas criações.

As práticas exercidas por esses fãs, que envolvem reescrever ou escrever novas histórias, a composição de melodias, a confecção de obras de arte, discussões coletivas, reuniões e toda uma gama de atividades colaborativas – são a base para a consolidação de uma cultura participativa em torno do consumo midiático. Muitas destas práticas (*fanfiction*,

65 Tradução do autor para: (...) *to articulate a different perspective that comes out of lived experience and situated knowledge.*

fanart, etc), se tornaram lugar-comum por parte das pessoas que fazem a indústria midiática (audiências e realizadores). A realização do *binge-viewing*, por exemplo, era destacada por Jenkins (1992/2013), a partir de um grupo de fãs da série televisiva *Beauty and the Beast*, que se reuniram em um fim de semana para assistir fitas VHS gravadas de todos os episódios disponíveis da série, em um evento que chamaram de “*Beastathon*”. Já a utilização de narrativas transmidiáticas, foi popularizada pela aceitação dos fãs (de *Star Trek* ou *Twin Peaks*, por exemplo) a estes produtos sancionados pela indústria televisiva, ou a própria criação de narrativas paralelas não-oficiais criadas pela audiência (*fanfiction*). A “oficialização” das práticas realizadas por fãs também é destacada por Askwith (2007) no que diz respeito às interações sociais:

Em meados da década de 1990, reconhecendo que estas comunidades estavam fortalecendo e reforçando a audiência de seus programas, o produtores de muito programas nicho e de gênero (por exemplo *Babylon 5*, *The X-Files*) começaram a tomar um papel mais ativo em incentivar e viabilizar interações sociais em torno de seus programas. Nos últimos cinco ou dez anos, no entanto, essa tendência cresceu e se espalhou, ao ponto em que programas de televisão de todos os gêneros e formatos já oferecem pelo menos um fórum social 'oficial' que permite interação entre os fãs (...) (ASKWITH, 2007, p. 83)⁶⁶

A colocação de Askwith (2007) expõe uma das carências da teoria de Jenkins sobre os fãs. Como conciliar uma dicotomia que propõe o fã como a antítese do espectador/consumidor, quando suas práticas se tornam ferramentas da indústria cultural para “fortalecer e reforçar” a audiência dos programas, com os produtores buscando incentivar e viabilizar interações sociais oficiais? Hills (2002) propõe o fã como uma identidade eminentemente contraditória, onde as práticas de consumo inesperadas e contestatórias realizadas, findam sendo recuperadas nos discursos e práticas da indústria audiovisual. A exposição e aceitação destas contradições é a base da refutação do que Hills (2002) chama de *narrativa decisionista*:

Narrativas 'decisionistas' são condicionadas em tomar decisões políticas sobre a 'bondade' ou 'ruindade' de culturas de fãs; devem esses apegos dos fãs e interpretações ser desvalorizados como cumplicidade com a indústria

66 Tradução do autor para: “By the mid-1990’s, recognizing that these communities were strengthening and reinforcing the core audiences for their programs, the producers and marketers of many niche and genre shows (e.g. *Babylon 5*, *The X-Files*) began to take a more active role in enabling and encouraging social interactions around their programs. In the past five or ten years, however, this trend has accelerated and spread, to the point where many television programs in all genres and formats now offer at least one “official” social forum enabling interaction between fans (...)”

ou valorizadas como expressões de agência da audiência? Em última análise, tais abordagens moldam a cultura em objetos bons e ruins, objetos que devem ser 'racionalmente' denegridos, ignorados e desprezados, ou objetos que devem ser 'racionalmente' aplaudidos, celebrados e valorizados. (HILLS, 2002, p. xi)⁶⁷

Hills (2002) argumenta contra os **dualismos morais** presentes nos estudos dos fãs, primeiro na oposição entre acadêmicos (racionais) e fãs (passionais), entre fãs e não-fãs, ou entre os bons e maus fãs, e elabora a possibilidade de expor os aspectos contraditórios da identidade do fã, abordando estas contradições como negociações culturais essenciais, que o colocam como um sujeito que resiste às autoridades institucionais, ao mesmo tempo em que é um consumidor voraz e que se mantém atento às novidades oferecidas pela indústria cultural.

É vital perceber que o tipo de fã discutido neste trabalho – apoiado nas teorias de Jenkins e Hills - representa uma identidade específica dentro da *fandom*. Jenkins (1992/2013) explicita esta especificidade ao distinguir as noções de fã apresentadas por ele e John Fiske (1992). Enquanto para Fiske a produção de sentido é frequentemente individualizada, para Jenkins (1992/2013) ela é profundamente social. Jenkins (1992/2013) identifica cinco dimensões distintas da *fandom* em *Textual Poachers*: sua relação com um tipo particular de recepção, seu papel em encorajar o ativismo do receptor; sua função como uma comunidade interpretativa; suas tradições particulares de produção cultural; e o status de comunidade social alternativa.

Essas dimensões posicionam esse fã (social, participativo, produtor) na esfera da cultura participativa.⁶⁸ De certa forma, o consumo de mídia sempre foi participativo. Os ouvintes de rádio ligavam para as estações e conversavam com seus locutores favoritos. As crianças que colecionavam álbuns de figurinhas se encontravam para trocar os cromos adesivos e jogar bafo. E os fãs de seriados de televisão se reuniam em convenções, se fantasiavam dos personagens favoritos, escreviam artigos, histórias e criavam vídeos baseados nas séries. Mas extrapolar o consumo midiático de forma coletiva não era uma tarefa fácil. Muitas das possibilidades permitidas aos fãs dependiam do acesso a um certo tipo de informação e do conhecimento de pessoas que compartilhassem os mesmos interesses.

67 Tradução do autor para: “‘Decisionist’ narratives hinge on making political decisions as to the ‘goodness’ or ‘badness’ of fan cultures; should these fan attachments and interpretations be devalued as industrial complicity or valued as creative expressions of audience agency? Such approaches ultimately carve culture into good and bad objects, objects to be ‘rationally’ denigrated, ignored and despised, or objects to be ‘rationally’ applauded, celebrated and valued.”

68 Jenkins et al (2009) define a cultura participativa como uma cultura com poucas barreiras à expressão artística e engajamento cívico, suporte para criação e compartilhamento de criações, algum tipo de orientação onde os participantes mais experientes transmitem conhecimento aos novatos, crença na importância de suas contribuições e um certo grau de conexão mútua.

Jenkins (2009) elabora que nos últimos anos, os fãs saíram das margens para o centro das atenções sobre discussões que envolvem a produção e o consumo de mídia, e que as práticas participativas dependem do acesso à tecnologia, familiaridade com as interações sociais disponibilizadas por estas tecnologias, e domínio de habilidades conceituais desenvolvidas por consumidores. Similarmente, Shirky (2011) destaca que:

(...) populações jovens com acesso à mídia rápida e interativa afastam-se da mídia que pressupõe puro consumo. Mesmo quando assistem a vídeos on-line, aparentemente uma mera variação da TV, eles têm oportunidades de comentar o material, compartilhá-lo com os amigos, rotulá-lo, avaliá-lo ou classificá-lo e, é claro, discuti-lo com outros espectadores por todo o mundo. (SHIRKY, 2011, p. 15)

Para Shirky (2011), a cultura participativa nada mais é do que um retorno a um modelo de cultura popular anterior ao século XX, onde encontros locais, feiras, eventos e apresentações eram os lugares onde a cultura acontecia. A mídia no século XX se concentrava em apenas um aspecto: o consumo. O indivíduo era visado pela indústria cultural apenas como consumidor, e outros dois aspectos cruciais do nosso relacionamento com a cultura popular, a produção e o compartilhamento, eram deixados de lado. Os fãs precisavam, portanto, de uma infraestrutura própria para realizar estas duas práticas, que encontravam na comunidades de fãs.

Fish (1976) elabora que o significado de um texto está atado a um conjunto de premissas culturais que permitem que pessoas diferentes obtenham interpretações semelhantes de um dado texto. Segundo o autor, as comunidades interpretativas são compostas por pessoas que compartilham estratégias interpretativas, não apenas da forma como leem um texto, mas como escrevem, constituem suas propriedades e atribuem suas intenções. Hermes (2005) afirma que Radway (1987) usa o conceito para mostrar como tipos específicos de competências culturais podem formar elos entre grupos de leitores que nunca irão se encontrar fisicamente. Uma comunidade interpretativa seria um construto discursivo que rege tanto os significados de um texto, como a construção de um gênero. Hermes destaca a ampliação sugerida por Lindlof (1988), que aborda três gêneros formativos de um comunidade interpretativa: gêneros de conteúdo, interpretação e ação social. Gêneros de conteúdo e interpretação estariam relacionados às colocações utilizadas por Radway e Fish (construto discursivo que rege significados de um texto e construção de um gênero ou formato). O gênero formativo de ação social explicaria como os membros da comunidade interpretativa usam seus conhecimentos de textos, gêneros e autores para se comunicar com outros e

construir a comunidade de maneira concreta.

Para os limites desta dissertação, os seriadores são considerados aderentes a cultura das séries, formando uma comunidade interpretativa. Silva (2014a) destaca que:

A relação entre as séries e seu público é o vértice derradeiro do esquema conceitual que criamos para entender a cultura das séries. Trata-se de novas e complexas dinâmicas espectatoriais que são gestadas no seio das comunidades de fãs, através de trocas simbólicas e materiais entre si, dos fãs para as emissoras e das emissoras para os fãs. (SILVA, 2014a, 248)

As trocas materiais e simbólicas constituem o elemento de ação social e que constroem a cultura das séries como uma comunidade interpretativa. Elas envolvem “um sem número de comunidades virtuais que agregam os fãs, de diferentes localidades e matrizes culturais, em torno da troca de informações, experiências e outras práticas participativas” (SILVA, 2014a, p. 248). Esses indivíduos apresentam um grande domínio sobre todos os aspectos narrativos das séries que assistem, além de um elevado nível de compreensão sobre os bastidores e funcionamento da indústria televisiva.

Adiante, buscaremos demonstrar quem são os seriadores que fazem parte do Clube dos Seriadores Anônimos do RN, o funcionamento da comunidade, e como estes sujeitos estão situados dentro do contexto da cultura das séries, oferecendo uma abordagem metodológica do estudo.

3.1 Os Seriadores do Rio Grande do Norte

A comunidade analisada durante o decorrer desta pesquisa é o Clube dos Seriadores Anônimos do RN, um grupo que objetiva a reunião de aficionados em séries de TV e promove debate *online*, utilizando o Facebook como um fórum, onde cada seriado é debatido em uma publicação específica. O grupo foi fundado em novembro de 2012 e conta, atualmente, com 170 membros⁶⁹ cadastrados em sua página do Facebook. Todas as séries debatidas ou comentadas são escolhidas pelos próprios membros, mas devem passar pelo crivo de um administrador, que aprova ou não as postagens dos outros membros. Até 10 de setembro de 2015, 439 séries constavam no banco de dados do grupo no Facebook, reunidos em um documento externo, um índice criado no site *listography.com*, que contém *hiperlinks* para as postagens no Facebook.

O grupo foi analisado sob à luz tradição das pesquisas de mídia qualitativa dos Estudos Culturais. Gauntlett e Hill (2001) destacam o uso do termo 'estudos etnográficos' para classificar esse tipo de pesquisa qualitativa que contextualiza a vida cotidiana e o ambiente dos indivíduos com a assistência televisiva. Objetivamos interpretar as relações estabelecidas entre os fãs dentro da comunidade com as séries de televisão através da realização de um pesquisa etnográfica. Travancas (2009), afirma que existem dois instrumentos básicos para a realização da coleta de dados de uma pesquisa etnográfica: observar e escutar os membros de uma comunidade. A observação participante consiste na inserção do pesquisador no grupo, “participando de todas as suas atividades” e vivendo a “situação concreta que abriga o objeto de sua investigação” (PERUZZO, 2009, p.133). Travancas (2009) destaca que o observador “deve observar e saber que também está sendo observado e que o simples fato de estar presente pode alterar a rotina do grupo ou o desenrolar de um ritual” (TRAVANCAS, 2009, p. 103).

A presença de um pesquisador dentro grupo no Facebook ficou situada de entre o perfil silencioso, o *lurker*, e a observação participante, o *insider*. Embora não tenha participado dos fóruns relacionados à seis séries analisadas, a participação na comunidade se deu através da postagem comentários em outras publicações e mesmo ao adicionar novas séries que não constavam no banco de dados do grupo. A condição de pesquisador foi anunciada em trocas de mensagens privadas com E.C., administradora da página, e através da

69 Número de membros cadastrados em 01 de novembro de 2015.

publicação de um questionário de natureza quantitativa⁷⁰, que informava sobre a existência da pesquisa, com o objetivo de analisar e interpretar a recepção de séries originais Netflix pelos Seriadores Anônimos. Ao discutir abordagens etnográficas em pesquisas para internet, Fragoso, Recuero e Amaral (2011), apresentam ambas as possibilidades (*lurking* ou *insider*) como possíveis em uma etnografia *online*, destacando que o “grau de inserção do pesquisador amplia as opções da pesquisa e implicará consequências éticas e até influências na análise dos resultados da pesquisa” (FRAGOSO, RECUERO E AMARAL, 2011, p. 194).

Ainda de acordo com Travancas (2009), a outra ferramenta essencial para a realização de uma pesquisa etnográfica é a entrevista aberta em profundidade. Nesta pesquisa, optamos por utilizar um modelo misto, utilizando entrevistas narrativas episódicas. Três membros do grupo foram entrevistados, seguindo este modelo, proposto por Flick (2009), que destaca a entrevista narrativa como uma alternativa às entrevistas semiestruturadas, ressaltando que a narrativa episódica “permite apresentações relativas ao contexto na forma de uma narrativa, uma vez que estas se aproximam mais das experiências e de seus contextos gerativos do que outras formas de apresentação” (FLICK, 2009, p. 185). Ao contrário da entrevista narrativa tradicional, onde se dá especial importância a uma única “pergunta gerativa narrativa” que tem a finalidade de estimular a narrativa principal do entrevistado, a entrevista narrativa episódica objetiva que o sujeito apresente uma série de narrativas de situações. Após o esgotamento das narrativas previstas no roteiro, novos questionamentos foram levantados, levando em conta as respostas dadas no primeiro momento de entrevista, e em observações realizadas no ambiente do grupo fechado da comunidade no Facebook. No caso específico do presente estudo, o objetivo foi de conseguir relatos de situações em que os narradores tenham tido envolvimento com os seriados de televisão e com o contexto participativo da comunidade de que fazem parte.

Além das entrevistas, também iremos analisar toda a produção da comunidade nas postagens realizadas na página do Clube dos Seriadores do RN, em três séries produzidas pelo Netflix analisadas no capítulo anterior (*Orange is the New Black*, *House of Cards*, *Marvel's Daredevil*) e em três séries produzidas por canais convencionais de televisão (*Orphan Black*⁷¹, *Masters of Sex*⁷², *True Detective*⁷³). O critério utilizado para selecionar as três séries

70 Os dados resultantes da aplicação do questionário quantitativo não foram utilizados na versão final da dissertação.

71 *Orphan Black* é uma série de ficção científica, coproduzida pelos canais Space (Canadá) e BBC America (EUA). Desenvolvida por Graeme Manson e John Fawcett, o seriado apresenta a narrativa de uma mulher que assume a identidade de outra, idêntica a ela. Até o momento foram produzidas 3 temporadas, totalizando 30 episódios.

72 *Masters of Sex* é um drama de época, produzida pelo canal Showtime, desenvolvida pela roteirista Michelle

convencionais foi a aceitação pelos seriadores (possuem entre 65 e 282 comentários); a quantidade de temporadas exibidas (não mais que três, assim como as séries produzidas pela Netflix selecionadas); o período temporal de exibição (nenhuma delas estreou antes de 2013) e o fato de que todas ainda estão sendo produzidas.

Em um primeiro momento, a pesquisa estará focada na descrição do funcionamento da comunidade. De acordo com Gil (2008), a pesquisa descritiva tem o objetivo principal de descrever características de uma determinada população ou fenômeno, ou estabelecer relações entre as variáveis. Mas segundo o autor “algumas pesquisas descritivas vão além da identificação de relações (...), pretendendo determinar a natureza dessa relação” (GIL, 2008, p. 28). Além de descrever, buscamos interpretar o papel do fenômeno do consumo assíncrono nas relações estabelecidas entre os seriadores dentro da comunidade, e “seus” programas de televisão. Segundo Orozco (1996):

...o esforço interpretativo (...) abandona as pretensões de objetividade que envolvem a predição e a explicação, e centra sua atenção no papel subjetivo ou em todo caso, na intersubjetividade dos pesquisadores que estudam um evento. 'Nesse esforço', o importante é a explicitação dos caminhos através dos quais se chega a conclusões concretas na compreensão de um feito. (OROZCO, 1996, p. 21).⁷⁴

A técnica da análise de conteúdo será utilizada para interpretar e quantificar os comentários publicados pelos seriadores na página do Facebook, bem como para esclarecer as respostas dadas pelos declarantes nas entrevistas narrativas episódicas. Bauer (2002) afirma que a análise de conteúdo é uma técnica que objetiva produzir inferências a partir de um texto focal para um contexto social, implicando muitas vezes em um tratamento estatístico das unidades de texto. Ainda para Bauer (2002), a “validade da análise de conteúdo deve ser julgada não contra uma 'leitura verdadeira' do texto, mas em termos de sua fundamentação nos materiais pesquisados e sua congruência com a teoria” (BAUER, 2002, p.191), ressaltando que um *corpus* de texto oferece leituras diferentes, dependendo do viés aplicado.

Ashford. Adaptada de uma biografia escrita por Thomas Maier, a série narra a vida de William Masters e Virginia Johnson, pioneiros no estudo da sexualidade humana. Até o momento foram produzidas 3 temporadas, totalizando 36 episódios.

73 *True Detective* é uma série policial, exibida pelo canal HBO, criada e produzida pelo roteirista Nic Pizzolatto. Segue um formato de antologia, onde a cada temporada uma nova história é contada, mantendo apenas a temática. Até o momento foram produzidas duas temporadas e 16 episódios.

74 Tradução do autor para: “*El esfuerzo interpretativo (...) abandona las pretensiones de objetividad que conllevan la predicción y la explicación, y centra su atención en el papel subjetivo o en todo caso en la intersubjetividad de los investigadores que estudian un evento. En este esfuerzo lo importante es la explicitación de los caminos a través de los cuales se llega a conclusiones concretas en la comprensión de un hecho.*”

Bauer (2002) destaca também que, apesar da análise de conteúdo trabalhar primariamente com textos, o procedimento pode também ser aplicado a imagens. Esta percepção da técnica nos será útil, já que muitos dos comentários publicados pelos seriadores, se valem de recursos visuais, ora aliados à palavras, ora totalmente ausentes delas.

Appadurai (2004) destaca a importância da localidade nos fluxos culturais globais. Utilizando o bairro como unidade geográfica básica, ele destaca que as localidades contribuem para a geração de contextos, que podem exceder os limites do bairro, ao mesmo tempo em que sofrem um processo de colonização imposto por localidades de formações sociais de maior escala (Estado-nação, grandes conglomerados midiáticos). Appadurai (2004) aponta que as “formas de comunicação midiaticizada por computador criaram novas possibilidades para formas transnacionais de comunicação” (APPADURAI, 2004, p.258) possibilitando a figura do bairro virtual, criando novas e complicadas conexões entre os sujeitos (produtores e audiências).

Dada a relevância do local no contexto global, foi realizada uma busca no Facebook, a fim de identificar sujeitos na cidade de Natal aderentes à cultura das séries. Um dos perfis identificados foi o de uma aluna do curso de Comunicação Social da UFRN que compartilhava uma resenha crítica, escrita por ela, de uma sitcom norte-americana. O *link* da resenha direcionava para um site hospedado na plataforma de *blogging* Tumblr, onde estava estampada a logomarca do Clube dos Seriadores Anônimos do RN. Uma pesquisa no Google levou à página da comunidade de fãs, auto-definida como “um grupo que objetiva a reunião de aficionados em séries de TV” e afirmava promover “debates através de um grupo online, seguindo formato de fórum” e “encontros periódicos, onde acontecem as maravilhosas Gincanas CSA”. Uma pesquisa no sistema de buscas do Facebook direcionava para uma *fanpage* e para um grupo fechado, cuja descrição dizia: “O objetivo aqui é simples: reunir os seriadores da região para discutirmos nosso assunto preferido. Se interessou? Solicite a participação e preencha o formulário”. O formulário estava disponível logo após a descrição. Solicitei minha inclusão como membro do grupo no dia 28 de janeiro de 2015, preenchendo também o formulário, que requisitava – entre outras informações – nome, contato, idade e gêneros de série favoritos.

O acesso só foi possível a partir do dia 02 de março, quando fui aceito no grupo. O primeiro contato com E.C., administradora da página no Facebook, foi feito em 08 de março de 2015. Ela se mostrou interessada com a pesquisa e disposta a participar. O primeiro contato, assim como os seguintes, se deu através de mensagens privadas pelo Facebook. Foi

realizada uma conversa prévia, via Skype, no dia 27 de agosto. Após várias tentativas frustradas da realização de uma entrevista presencial, uma entrevista via Skype foi realizada no dia 24 de novembro de 2015. Simultaneamente, foram realizados contatos, via Facebook, com os seriadores L.S., em 28 de julho de 2015 e 05 de agosto de 2015; e com a seriadora J.M., em 13 e 21 de agosto de 2015. Após os contatos, L.S. se prontificou a participar de uma conversa prévia, realizada no dia 28 de agosto, e concedeu entrevista presencial no dia 03 de setembro de 2015. Apesar do nosso interesse em entrevistar J.M. (a estudante da UFRN que escrevia resenhas críticas sobre as séries e nos levou a descobrir a comunidade) a inexistência de respostas por parte da seriadora nos levou a buscar outras alternativas. O nome de M.F. nos foi sugerido pelos dois seriadores que concordaram em participar da pesquisa. O contato com M.F. foi realizado, também via Facebook, no dia 25 de setembro de 2015. M.F. desde o princípio se mostrou ávida em participar do estudo, respondendo ao contato via Facebook no mesmo dia. Uma conversa prévia foi realizada no dia 28 de setembro de 2015. A entrevista foi realizada, presencialmente, no dia 02 de outubro de 2015. O áudio de todas as entrevistas foi gravado e transcrito.

Durante as observações realizadas na página da comunidade no Facebook, fomos capazes de identificar previamente, elementos que fazem parte da cultura dos fãs de séries brasileiros. O uso da ferramenta Banco de Séries chamou a atenção desde o princípio. Alguns dos membros mais ativos do Clube dos Seriadores Anônimos do RN utilizam o que chamam de “gerenciadores”. Além dos *hiperlinks* para as postagens das séries, o documento da comunidade no listography.com, também destaca outros quatro *links* da comunidade no Facebook (Chat CSA, Cadastro de Membros/Agenda CSA, Utilidade Pública e Gerenciadores). Nesta última postagem, os fãs exibem *hiperlinks* dos seus perfis nos sites Banco de Séries, Orangotag, Trakt e Episode Calendar. O Banco de Séries é o mais recomendado, tendo 20 perfis compartilhados (perfis do Orangotag foram compartilhados por 5 seriadores, e perfis do Trakt e Episode Calendar por um seriador). O Banco de Séries funciona como uma “mídia social”, onde seus usuários fazem amizades, conversam e comentam sobre tópicos postados no site. Mas as séries de televisão são o único assunto debatido. O site também funciona como uma ferramenta, onde os fãs podem registrar todas as séries que assistem, quantos episódios foram assistidos e quando estarão disponíveis e estabelecer notas para estes episódios, possibilitando um ranqueamento pessoal de suas séries favoritas, com a disponibilização de um Top 10 geral das séries melhor ranqueadas, bem como um Top 10 das melhores ranqueadas naquele ano por todos os usuários. Através da

análise do Banco de Séries, também podemos obter dados quantitativos sobre a assistência de seriados de seus usuários.

Utilizando dados coletados nas conversas, entrevistas, observações de postagens no Facebook e de dados coletados nos perfis dos três entrevistados no Banco de Séries, apresentamos três breves perfis dos sujeitos entrevistados para a pesquisa.

E.C.

E.C. tem 24 anos de idade, é estudante da UFRN, cursando o último período da faculdade, e trabalha no setor de logística de uma empresa de cosméticos em Natal. Nos pareceu de vital importância entrevistar E.C. durante a pesquisa, já que ela é a criadora do Clube dos Seriadores Anônimos do RN, além de administradora do grupo fechado da comunidade no Facebook e da *fanpage*, também no Facebook. Reside no bairro de Felipe Camarão, zona oeste de Natal, onde mora com a família em uma casa construída pelo pai. E.C. destaca uma infância de brincadeiras de rua, como queimada. Os pais possuíam uma *game-station*, e jogar video-games se tornou um hábito em sua vida. Estudou numa escola mantida por uma instituição filantrópica que possui uma boa biblioteca, fato que estimulou seu hábito de leitura. Encerrou o ensino médio no Centro Federal de Educação Tecnológica do Rio Grande do Norte (atual Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte). O hábito de assistir séries tornou-se parte da sua vida quando passou a assistir com mais frequência seriados com temática adolescente que eram exibidos pela TV aberta, como *The O.C.* e *Smalville*, e após ter acesso estável à internet. Até 23 de janeiro de 2016, E.C. havia registrado no Banco de Séries 8164 episódios de séries assistidos, tendo atribuído notas a 3960 deles.

L.S.

Um dos mais ativos membros do Clube dos Seriadores Anônimos do RN no grupo fechado do Facebook, L.S. tem 22 anos de idade, e também é estudante da UFRN, onde assiste aulas às tardes e noites. Mora em casa com os pais, e credita a eles terem fornecido um bom local para viver durante infância. Assim como E.C., afirma ter brincado muito na rua durante a infância, jogando bola com os amigos, e acha que seu lado seriador vem desde a

infância, quando assistia desenhos animados na TV. Gosta de esportes, como futebol e futebol americano, tem uma namorada e frequenta a igreja. É um voraz consumidor de séries, com um apetite audiovisual não rivalizado dentre os membros da comunidade. Seu perfil no Banco de Séries é costumeiramente atualizado (possui assiduidade de 82%), e tem 21461 episódios registrados como assistidos até 23 de janeiro de 2016.

M.F.

M.F. é a mais nova dos seriadores entrevistados. Tem 19 anos, mora com os pais, no bairro do Planalto, e estuda na UFRN, além de também estagiar na instituição. A rotina de aulas durante a manhã e estágio pela tarde, a obriga a passar o dia inteiro na instituição. A dificuldade de acesso do bairro onde mora ao Campus Central impõe uma rotina extenuosa. Ela afirma acordar às 04h50 da manhã diariamente, e deve utilizar duas linhas diferentes de ônibus para chegar à universidade. Como os outros dois seriadores entrevistados, M.F. narra uma infância idílica, de brincadeiras na rua com os amigos. Além de participar do Clube dos Seriadores Anônimos do RN, M.F. também administra (em conjunto com outros seriadores e seriadoras) uma página do Facebook que publica *memes* com frases de seriados. M.F. é a seriadora que possui o menor número de episódios assistidos no Banco de Séries (6253), embora tenha atribuído nota a quase todos eles (6164) e ser, dentre os três, a que mais utiliza a ferramenta para tecer comentários.

3.2 O Clube dos Seriadores Anônimos do RN

O Clube dos Seriadores Anônimos do RN foi criado em 12 de novembro de 2012. E.C. relata que a ideia surgiu por que havia chegado a um ponto em que assistia muitas séries, e sentia necessidade de conversar sobre o que assistia com mais pessoas, além da irmã e do noivo, que compartilhavam do hábito de assistir aos seriados com ela. O conceito era reunir um número limitado de seriadores em um grupo restrito, daí a ideia de chamar de clube.

Foi criado um grupo fechado no Facebook, permitindo que apenas seus membros possam ver as publicações, conferindo um ambiente de privacidade aos usuários. E.C. é a administradora regular do grupo (embora outros membros, incluindo L.S. e M.F. tenham exercido essa função no passado) e é ela quem aprova a aceitação de novos membros e de publicações realizadas na *timeline* do grupo. Todas as publicações (ou postagens) que se referem a séries de televisão são armazenadas alfabeticamente no site listography.com (que não possui qualquer vínculo comercial com o Facebook) permitindo que os membros acessem às conversas de determinadas séries de forma mais ágil, sem precisar realizar a busca no próprio Facebook. As séries recém-comentadas ocupam lugar de destaque na *timeline* do grupo, sendo visualizadas logo abaixo da publicação inicial, o Guia de Convivência do CSA. Publicado por E.C., o guia é a única publicação fixada, mantendo-se sempre no topo da página. Ele explicita as regras do grupo, mostrando como os membros devem se portar, e dando dicas para “ajudar na convivência” entre os seriadores. As regras sugerem a checagem do índice (hospedado no listography.com) antes da criação de um novo tópico, para evitar a criação de tópicos repetidos; evitar conversas paralelas em tópicos aleatórios; evitar o *flood*, que seriam repetidos comentários ou compartilhamentos seguidos por um mesmo usuário; avisar e sinalizar quando publicar *spoilers*; não xingar ou ofender outros membros (“*postagens serão automaticamente excluídas e os membros banidos do grupo*”); um convite à participação, lembrando que existem “limpezas” periódicas, onde membros inativos são removidos e um aviso reforçando o sentido do grupo: “*um espaço pro pessoal daqui que realmente quer participar, não importando se só assiste três séries ou mais de 30*”.

Embora a comunidade exista primariamente como um grupo fechado de Facebook, não podemos tratá-la apenas desta forma. Desde muito cedo, os membros do Clube dos Seriadores Anônimos do RN extrapolaram as barreiras da internet. A comunidade promove encontros, abertos a todos os membros do grupo, tendo o primeiro sido realizado em 01 de dezembro de 2012, menos de um mês após o início das atividades da comunidade no

Facebook. Até 24 de janeiro de 2015 foram realizados 12 Encontros CSA, além de outros 5 eventos especiais. Os três seriadores entrevistados destacam os encontros como uma das partes mais significativas de fazer parte da comunidade. M.F. afirma que *“eu gosto mesmo dos encontros. Deixei de comentar um pouquinho na página, mas os encontros é uma coisa que... Eu acho que é a melhor maneira de participar.”* L.S. diz que *“todo mundo se diverte. Todo mundo tem um bom feedback com os encontros CSA”*. Ambos destacam a natureza inclusiva dos eventos, onde todos os participantes conseguem encontrar outros seriadores que compartilhem de alguma de suas preferências. E.C. diz que a concepção dos encontros surgiu logo quando o grupo fechado no Facebook atingiu um número de cerca de trinta membros, e que boa parte das pessoas que estavam lá não se conheciam pessoalmente e a necessidade de se encontrarem fisicamente se tornou evidente. Onze pessoas compareceram ao primeiro encontro no Parque das Dunas, em Natal-RN. Segundo E.C., *“Ficaram uns grupinhos, conversando sobre umas séries específicas, depois todo mundo se juntou, e ficou comentando sobre uma que todo mundo assistia... A gente levou os Almanques de séries, quem tinha, e alguns materiais. Ficamos lá, trocando ideia. Foi muito bom.”* Posteriormente os encontros se tornaram mais elaborados e complexos, contando com um maior número de participantes e realização de jogos e gincanas.

A natureza competitiva dos encontros nos remete a concepção de Hills (2002) das comunidades de fãs como hierarquias sociais, *“onde fãs compartilham interesses comuns, ao mesmo tempo em que competem em relação ao conhecimento de fã, acesso ao objeto cultuado e status”* (HILLS, 2002, p.20)⁷⁵. O status hierárquico de E.C. é bastante claro. Embora alguns aspectos da comunidade no grupo fechado do Facebook sejam organizados de forma descentralizada (todos os membros podem publicar novos tópicos), E.C. tem o poder de não aprovar novos tópicos, não aprovar novos membros (ou excluí-los), e apagar comentários ou postagens que não estejam em acordo com as regras do Guia de Convivência do CSA. Lopes et al (2011) publicou um levantamento, realizado pelo Instituto Ibope/Nielsen em setembro de 2010, sobre o uso de sites e mídias sociais, posicionando no topo da pirâmide usuários curadores, que editam, realizam moderações e possuem influência nas mídias sociais. Dentro da realidade do Clube dos Seriadores Anônimos do RN, E.C. claramente ocupa uma posição de curadoria.

75 Tradução do autor para: *“(...) where fans share a common interest while also competing over fan knowledge, access to the object of fandom, and status.”*

Tipos de usuários brasileiros nas redes sociais

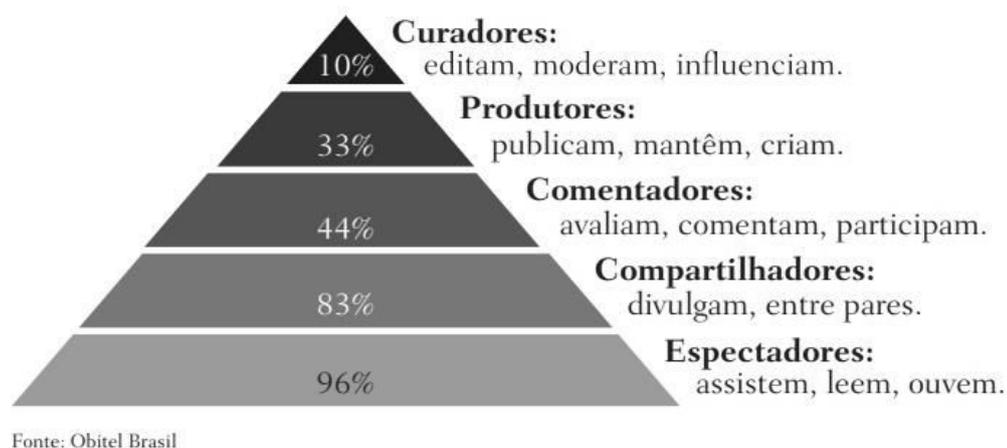


Figura 2 - Tipos de usuários brasileiros nas redes sociais

O status de L.S. também fica evidente ao olharmos as publicações da comunidade no grupo fechado. Na publicação da série *True Detective*, uma seriadora pergunta se haveria necessidade de assistir a primeira temporada antes da segunda. Por ser uma série de antologia, L.S. responde: “*Não há necessidade de assistir a primeira temporada, pois a estória será diferente e com outros atores e tal, mas é bastante recomendável*” Um outro seriador publica em seguida: “*Fia a primeira temporada é incrível, veja que não vai se arrepender*”, e logo em seguida publica “*Selo L.S. de qualidade*”. Apresentar novas séries a outros membros parece trazer grande satisfação a L.S., que conquista um status privilegiado dentro da comunidade: “*Sempre tento apresentar séries novas que eu vi e que ninguém ainda viu. Ou antigas, para as pessoas fazerem maratonas. Sempre tento ser atuante desta forma, de apresentar e comentar.*”.

A noção do seriador como um fã de séries passa pelo discurso dos três sujeitos entrevistados. M.F. afirma que “*ser um seriador é ser um fã, assim, tipo um amante da TV mesmo, das séries, de tudo que envolva isso*”. M.F. afirma que um dia sem assistir séries é como um dia que não valeu a pena. Ao contrário de M.F., L.S. busca minimizar o impacto das séries em sua vida, procurando se afastar de outras identidades, como *nerd* ou *geek*, que para ele carregam conotações negativas, e buscando tentando despatologizar a identidade, utilizando a palavra saudável. “*Eu acho que ser seriador é ser uma pessoa que assiste séries, uma pessoa normal, basicamente. Não vejo nada tão nerd, ou nada tão excêntrico em a pessoa ser seriadora.*” Por outras vezes L.S. buscou minimizar o impacto das séries em seu cotidiano. Ao ser questionado sobre o significado que possuem em sua vida, afirmou tratar-se

de lazer, que não é nada especial, que poderia parar de assistir tranquilamente. Quando solicitado a narrar um dia típico que envolvesse seriados, colocou uma série de obstáculos (um feriado, em que a namorada viajou, estando em casa, sem dinheiro e gripado) para a realização de outras atividades cotidianas, em que as séries seriam uma espécie de último recurso para atingir algum tipo de satisfação pessoal. Essas informações entram em contradição com outras respostas dadas por L.S., que colocam os seriados como uma *ótima* fonte de lazer, que proporcionam uma boa experiência, que por vezes se sente compelido ou obrigado a assistir (“*mistura de lazer com obrigação*”), que considera a comunidade como algo especial em sua vida; além de evidências de que as séries ocupam um espaço mais significativo no seu dia-a-dia, como a participação frequente nas publicações do Clube dos Seriadores Anônimos do RN no grupo fechado do Facebook e a grande quantidade de episódios de séries registrados como assistidos no seu perfil do Banco de Séries.

E.C. destaca o aspecto participativo e social de ser um seriador: “(...)acho que não é só você ser viciado em assistir seriados, mas você ter aquele interesse, de querer compartilhar aquelas suas sensações com outras pessoas, querer comentar o episódio, querer saber o que é que outras pessoas também acharam.” Essa necessidade citada por E.C. pode ser evidenciada na observação dos comentários das publicações no Facebook. Na postagem de *Orange is The New Black*, um usuário anseia para que outros também assistam a série, e comenta, no dia 13 de julho de 2013, apenas dois dias após o lançamento do seriado pelo Netflix: “*af só tem eu e ----- vendo? PAREM DE FAZER O QUE ESTÃO FAZENDO AGORA E COMECEM A ASSISTIR ISSO.*”

Esse tipo de comentário é bastante comum entre os primeiros comentadores de uma série. Eles atestam à qualidade do produto, ao fato de estarem ou não gostando, e buscam a opinião de outros seriadores sobre a série. O segundo comentário publicado no tópico da série *Masters of Sex* é um questionamento de E.C. sobre a qualidade da série: “*é bom?*”. Três usuários respondem, entre eles L.S., que diz: “*Piloto bem convincente, o melhor da Fall Season até agora*”. Os exemplos de comentários de *Masters of Sex* e *Orange is the New Black* reforçam os apontamentos levantados por E.C. que dão conta de como o Clube dos Seriadores Anônimos do RN acrescenta em sua experiência de seriadora. E.C. diz que “*abriu meu campo de visão*”. Ela afirma que antes do Clube assistia muitas séries de temática adolescente, como *Smallville* e *The OC*, e quando buscava séries online, sempre procurava pelo mesmo gênero. “*Quando criei o Clube eu já conhecia séries de outros gêneros, mas outras pessoas, com outras realidade, me mostraram umas que eu nunca tinha ouvido falar.*

Então, foi bacana porque eu fui me abrindo a outros gêneros, a outros contextos.”

3.3 As Esferas de Participação

Um olhar atento para os comentários das publicações da comunidade, nos levam a identificar tipos básicos de interações de natureza participativa que acontecem no âmbito do grupo fechado no Facebook, e que nos levam a perceber como os seriadores interpretam os programas. Embora seja possível categorizar a natureza dos comentários, vamos nos ater a classificar as interações realizadas, buscando as evidências nos comentários e nas falas dos entrevistados, ao que chamaremos de **esferas de participação**. São elas: avaliativa, afetiva, lúdica, elucidativa e especulativa. As cinco esferas relatadas não existem de forma isolada. Um fã pode interagir na comunidade brincando de forma explicativa, ou especulando ao mesmo tempo em que critica ou avalia. E afeto e ludicidade são muitas vezes indissociáveis de qualquer outra das esferas. As cinco esferas relatadas são as que, aos nossos olhos, mais se destacaram nos comentários das seis séries analisadas. Outras esferas podem ser compreendidas ao ativarmos um outro olhar às práticas realizadas pelos seriadores.

3.3.1 Avaliativa

Mittell (2015) classifica a avaliação, no sentido de consideração ou parecer crítico, como um convite ao diálogo. Debater os méritos de um produto cultural seria uma das melhores formas de envolvimento com textos (midiáticos), nos ajudando a estabelecer relacionamentos com outros consumidores e a respeitar as opiniões e percepções de outras pessoas. Jenkins (1992/2013) observa que uma cultura de fãs é “talvez em primeiro lugar, uma instituição de teoria e crítica, um espaço semi-estruturado onde interpretações concorrentes e análises de textos são propostas, debatidas e negociadas” (JENKINS, 1992/2013, p. 86)⁷⁶. Os fãs seriam uma espécie de elite valorativa da cultura popular, possuindo perícias e competências singulares. Jenkins (1992/2013) sugere que estes conhecimentos⁷⁷, aliados a um intenso investimento emocional à história e as personagens, justificariam uma postura cada vez mais

76 Tradução do autor para: “(...) *organized fandom is, perhaps first and foremost, an institution of theory and criticism, a semistructured space where competing interpretations and evaluations of common texts are proposed, debated, and negotiated (...)*”

77 Lopes et al (2015) também destaca o expertise dos fãs, no caso os fãs-curadores de telenovelas, relatando “o alto grau de conhecimento que eles detêm acerca da teladramaturgia”, demonstrando conhecimento sobre datas de produções, equipes técnicas, autores e diretores.

crítica em relação às instituições de produção e circulação destes programas.

Este “direito moral” de criticar os produtores dos programas reflete a força de expressar não apenas uma opinião individual (embora os fãs insistiriam nos seus direitos individuais de reclamar), mas no consenso da comunidade de fãs, um consenso forjado através de debates contínuos sobre a significância e os méritos de episódios individuais e sobre a psicologia e motivações de certos personagens. (JENKINS, 1992/2013, p. 88)⁷⁸

Jenkins (1992/2013) argumenta que os sentidos propostos pelos fãs, moldados através da união de experiências comuns e singulares, formam a base para a construção e manutenção de uma comunidade de fãs. Os espaços para debate (encontros de fã-clubes, fanzines, boletins de notícias) se tornam lugares onde interpretações são negociadas entre os fãs. Essas discussões modelam as percepções dos fãs em direção a uma conformidade com a própria leitura que a comunidade faz dos programas. Ainda segundo o autor, este é um processo que deve ser perpetuado, de modo que o processo de interpretação de uma narrativa já concluída possa ser prolongado.

O diálogo e a construção de interpretações coletivas proporcionadas por esta prática valorativa são evidenciadas no Clube dos Seriadores Anônimos do RN. L.S. cita que sempre assiste aos pilotos das séries para chegar as suas próprias conclusões com relação a qualidade do programa, observando também os comentários já publicados: “*a experiência que eu tenho em assistir séries (...), é sempre ver se a opinião que eu tenho sobre uma determinada série bate com as opiniões deles.*” L.S. parece busca encontrar pontos em comum e pontos dissonantes nas avaliações, afirmando que a reverberação de suas opiniões com as de outros comentadores, funciona como um indicativo da qualidade de uma série: “*se eu vejo aquilo, e eu vejo que a minha opinião bate com a deles, então eu acho que realmente essa série vale a pena.*” Esta construção coletiva também é citada por M.F., que destaca a troca de experiências com outras pessoas como uma interferência positiva na maneira em que assiste aos seriados.

Jenkins (1992/2013) afirma que uma série adotada por um grupo de fãs será inicialmente compreendida por suas similaridades e diferenças a outro programas consagrados e irá agradar àquelas pessoas que já possuem algum interesse em certos gêneros ou temas. Entre os comentários do tópico de *House of Cards*, um usuário compara à série *Mad Men*,

78 Tradução do autor para: “*This 'moral right' to criticize the program's producers reflects the strength that comes from expressing not simply an individual opinion (though fans would insist on their individual rights to complain) but the consensus of the fan community, a consensus forged through ongoing debates about the significance and merits of individual episodes and about the psychology and motivation of particular characters.*”

afirmando: “a série é um primor, acho que desde *Mad Men* eu não havia visto uma série com um piloto tão promissor. E bom que a série continuou muito boa, tirando um episódio filler desnecessário.” Comparações entre as emissoras que produzem as séries também são comuns, mostrando que os fãs relacionam certas identidades às empresas que produzem os programas. Entre os comentaristas de *Orphan Black*, uma seriadora diz sentir “vergonha alheia” por ser uma produção de baixo custo, citando o descaso com a sequência de abertura e a caracterização das personagens Cosima e Helena, mas acha a série ótima, mesmo não tendo o padrão de qualidade estética dos canais AMC e HBO, destacando o ritmo eletrizante do seriado.

Também pode ocorrer o compartilhamento de avaliações realizadas fora do âmbito da comunidade. Na publicação da série *True Detective*, a seriadora E.C. compartilha uma pequena resenha publicada originalmente pelo site Boxpop, que afirma ser a série mais aguardada do começo do ano, dando destaque a produção, que “parece impecável”, e comparando o formato de antologia narrativa ao do seriado *American Horror Story*.

3.3.2 Afetiva

Hills (2002) afirma que a existência de laços emocionais e paixões é condição essencial para a consolidação de culturas de fãs. Similarmente, Jenkins (2006) classifica um grupo de fãs como uma comunidade que tem a função social de articular valores e afetos compartilhados. Embora fique claro que uma dimensão de afeto (ou sentimento), faça parte dos estudos dos fãs, parece não existir um posicionamento teórico que satisfaça a todos os pesquisadores. Hills (2002) propõe uma abordagem que leva em consideração não apenas as dimensões históricas e culturais das culturas de fãs, mas também suas experiências vividas, evitando subordinar uma dimensão à outra, preservando um espaço para psicologia individual do fã e o contexto cultural existente. Segundo o autor, os estudos dos fãs têm tradicionalmente dado mais ênfase às interpretações (**produção de sentido**) que os sujeitos dão a um determinado texto, à custa de um olhar detalhado ao afeto. Jenkins (2006) contrargumenta, observando que os sentidos (significados) não são uma forma abstrata de conhecimento, separado de prazeres e desejos, ou isolados de laços sociais: “Quando fãs falam de encontros **significativos** com textos, estão descrevendo o que sentem tanto quanto o que pensam”

(JENKINS, 2006, p.139)⁷⁹

Estes afetos, sentimentos ou emoções são presença constante nos comentários publicados pelos seriadores. A publicação da série *Marvel's Daredevil* contou com um grande número de comentários antes mesmo da estreia do programa. Muitos seriadores eram também fãs do personagem Demolidor nas histórias em quadrinhos, ficando claro o investimento emocional com o personagem, demonstrado nos comentários. No dia 12 de outubro de 2014, cerca de 6 meses antes da estreia da série, um seriador publicou uma imagem do pôster oficial, comentando apenas: *yes !!!!! *----** . O “sim” em inglês, em uma conotação de aprovação celebratória, seguido pelo uso de um *emoticon*⁸⁰, significando que o autor da mensagem estaria maravilhado ou atônito com a imagem do pôster. No dia 11 de abril, um dia após o Netflix disponibilizar os episódios, um seriador publica: *Tô emocionado*. O uso de *emoticons*, *emojis*⁸¹, palavras e frases curtas são frequente entre os seriadores, geralmente designando como a série, ou algum elemento relacionado à série, os afeta. Na publicação da série *True Detective*, E.C. demonstra seu investimento emocional a um dos personagens apenas publicando seu nome (Rust, interpretado pelo ator Matthew McConaughey), seguido por um *emoji* que representa um coração. Comentários valorativos são muitas vezes definidos por um investimento afetivo. Novamente comentando em *True Detective*, E.C. elogia aspectos técnicos do seriado de forma bastante sucinta (figura 3), citando os elementos do seu agrado (abertura, trilha sonora, sonoplastia), seguidos mais uma vez pelo *emoji* que representa um coração.



Figura 3 - Imagem da secção de comentários de *True Detective*.

Também são comuns compartilhamentos de *memes*, dando conta de como os próprios seriadores se sentiram assistindo à série. Na publicação de *Orange is the New Black*, um seriador publicou um link para um vídeo do desabafo da personalidade da internet, Tulla

⁷⁹ Tradução do autor para: “*When fans talk about meaningful encounters with texts, they are describing what they feel as much as what they think...*”

⁸⁰ Um *emoticon*, acrônimo em inglês das palavras emoção e ícone (*emotion* e *icon*), é uma representação pictórica, geralmente de uma expressão facial, que serve para destacar o estado emocional do emissor de uma mensagem, normalmente utilizando sinais de pontuação.

⁸¹ Derivado dos *emoticons*, o *emoji* é um acrônimo em japonês das palavras imagem e personagem (*e moji*), e são elementos visuais que representam expressões faciais, objetos, lugares, animais, tipos de clima, etc. As representações gráficas são mais complexas e elaboradas que o *emoticons*.

Luana, intitulado “Eu tô tremendo, Rosana”, para qualificar como se sentiu após assistir a cena final da primeira temporada. A capacidade paratextual da internet é destacada por Mittell (2015), ressaltando que boa parte das informações compartilhadas não foram projetadas especificamente para as séries, mas podem servir ao uso dos fãs mesmo assim.

Atores, atrizes, diretores e *showrunners* são objeto frequente de afeto dos seriadores. M.F. relatou uma preferência em acompanhar séries com atores ou atrizes de outras séries favoritas: “*Eu vou muito mais por ator e atriz. Se tiver uma atriz que fez 'aquela' série, e ela tá fazendo outra, eu vou assistir.*” A atriz Tatiana Maslany, protagonista de *Orphan Black* é lembrada em muitos comentários (“*gente eu tô apaixonada pela Tatiana*”, “*ela é toda linda Tatiana Maslany*” e “*Tatiana Maslany é demais, atriz do caraio*”).

A linguagem utilizada para demonstrações de afeto valorativo (“*série linda*”; “*essa segunda temporada foi maravilhosa*”; “*geeeente, que série maravilhosa*”) guarda semelhança com o que Jenkins (2006) chama de uma linguagem de apreciação estética (“Cara, isso foi lindo”), que seria uma maneira de manter a emoção a uma distância, ainda reconhecendo que foram tocados ou movidos pelo texto midiático.

3.3.3 Lúdica

Como citado anteriormente, ordenamos as esferas de participação como lugares não fechados em si próprios, onde cada movimento do fã de séries pode envolver apenas uma, ou todas as esferas ordenadas. Posto isso, podemos afirmar que a esfera lúdica – o brincar – quase sempre está presente nas práticas dos seriadores. Silverstone (2002, p. 114) defende a ideia de que “o estudo da mídia requer atenção à brincadeira como uma atividade nuclear da vida cotidiana” ao mesmo tempo em que “a brincadeira é um espaço em que os significados são construídos pela participação dentro de um lugar partilhado e estruturado, ritualmente demarcado como diferente da ordinariedade da vida cotidiana” (SILVERSTONE, 2002, p.115).

Há muitas maneiras de ver a mídia como lugar para a brincadeira, tanto em seus textos como nas respostas que eles engendram. E não apenas no barulho sem fim do jogo de computador. Assistir à televisão, navegar na Internet, fazer palavras cruzadas, adivinhar as respostas num quiz, participar de uma loteria – tudo implica brincadeira. (SILVERSTONE, 2002, p. 116)

Silverstone (2002) afirma que a brincadeira é essencial a experiência da mídia. Muitas

das instâncias citadas anteriormente também podem demonstrar o brincar como uma prática comum aos fãs de séries, como o compartilhamento do vídeo “Eu tô tremendo, Rosana”, numa espécie de brincadeira intertextual com um vídeo amador popularizado no YouTube e um seriado. Muitos *memes* e vídeos da internet inspirados especificamente para as séries aparecem entre os comentários, como mostra a figura 4. O compartilhamento de imagens pode evidenciar ainda mais explicitamente o componente lúdico da cultura dos seriadores. Um membro do grupo, na publicação da série *Orange is the New Black*, compartilhou, como em um jogo de caça ao rato, imagens da atriz Taryn Manning em atuações obscuras prévias a sua participação no seriado. Na publicação da série *Masters of Sex*, um seriador questiona: “*Só eu achei a protagonista parecida com a Katy Perry?*”, se referindo à atriz Lizzy Caplan, protagonista do seriado. Outro seriador responde: “*cargo de protagonista parecida com a katy perry já é da protagonista de orange is the new black*”, publicando em seguida fotomontagens da atriz Taylor Schilling ao lado da cantora Katy Perry. Outras duas seriadoras respondem à publicação, de certa forma entrando no jogo. Uma delas afirma: “*nam, só nessas fotos mesmo*”, enquanto a outra concorda parcialmente: “*Acho a Zoey mais parecida com a Katia que ela. Mas essas fotos favorecem ela ser uma cara craxá da Katia xD*”, em uma referência a atriz Zoey Deschanel.



Figura 4 - Imagens de memes inspirados na série *Orange is the New Black* e vídeo inspirado na série *Orphan Black*, compartilhados pelos seriadores.

Jenkins afirma que a cultura de fãs não preserva uma separação radical entre leitores e escritores. Os fãs não apenas assistem o que é produzido pela indústria televisiva; eles constroem suas próprias histórias, arte, músicas, vídeos, etc. Um comentador da série *Orphan Black* publicou um desenho elaborado, feito por ele mesmo, da atriz Tatiana Maslany, como pode ser observado na figura 5, ilustrando um caso típico de *fan art*. Outra seriadora publicou a imagem de uma estampa de camiseta feita por ela, a partir do trabalho de um artista cuja arte

estava disponível na internet. Além de ser um componente importante presente na esfera lúdica, Jenkins (1992/2013) elabora que a *fan art* pode desempenhar um papel político⁸² importante, ajudando a solidificar uma comunidade de fãs, bem como “contrastando com uma cultura comercial de que é derivada, em sua recusa em obter lucro e no desejo em compartilhar seus produtos com outros” (JENKINS, 1992/2013, p. 248)⁸³. O aspecto comunitário está presente quando a seriadora que criou a estampa de camiseta busca apoio financeiro de outros membros da comunidade, não para obter lucro, mas para conseguir um número mínimo de pessoas interessadas na camiseta – uma exigência da gráfica que iria tornar o projeto uma realidade: “*Pessoas, fiz uma estampa pra uma camiseta Orphan Black e fiquei triste quando o cara da gráfica disse que só faria se fossem no mínimo 15 unidades, ou seja, vim aqui saber se alguém vai querer.*”

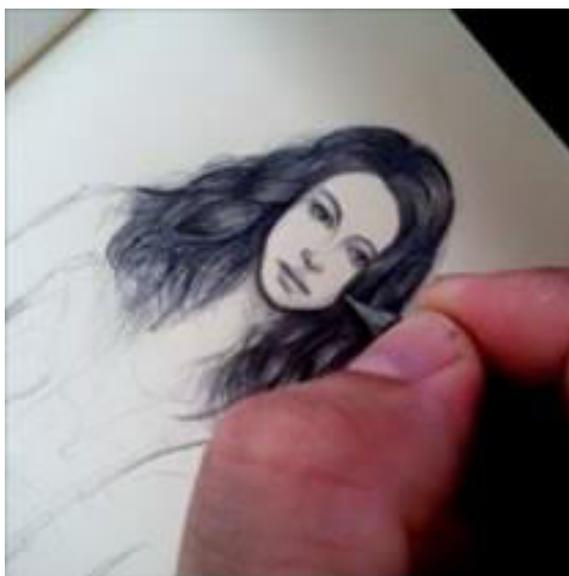


Figura 5 - Fanart produzida por um seriador. Retrato da atriz Tatiana Maslany.

82 Uma possível esfera política aparece nas entrevistas realizadas com os seriadores. Ambas M.F. e E.C. citaram a ida de um grupo de seriadores a uma sessão de cinema, que exibiu um episódio celebrativo do seriado britânico *Dr. Who*. E.C. afirma que *fizeram um episódio especial da série, um episódio dos 50 anos, e gente do país inteiro fez uma abaixo-assinado para que alguns cinemas liberassem o episódio exatamente no dia em que ele foi liberado, em algumas sessões. E o Cinemark daqui aprovou a ideia*. Foi a demanda dos fãs brasileiros que levou a uma mudança de atitude por parte da de um das maiores operadoras de salas de cinema no país e ampliasse a exibição do episódio especial. Além disso, E.C. discute as políticas de funcionamento da comunidade explicitadas no Guia de Convivência do CSA, detalhando sobre a exclusão de membros.

83 Tradução do autor para: “(...)contrasting with the commercial culture from which it is derived in its refusal to make a profit and its desire to share its products with others who will value them.”

3.3.4 Elucidativa

Mittell (2015) afirma que a audiência se envolve com uma série de televisão através de uma vasta gama de práticas, mas que no nível mais básico, quase toda assistência começa com o ato da compreensão, de entender e elucidar o que está acontecendo em um episódio. Para o autor, a televisão complexa aumenta a tolerância do meio em confundir os espectadores, encorajando-os a prestar atenção e juntar os cacos narrativos que compreendem uma trama. Mittell (2015) explora como os programas disparam nosso entendimento da narrativa e como práticas ajudam a moldar a compreensão da televisão seriada, de uma forma aplicada à espectadores novatos, erráticos e fãs.

Consumir uma narrativa exige um constante gerenciamento de informações, enquanto devemos nos manter a par do que sabemos e quais lacunas de conhecimento podem ser preenchidas durante decorrer de uma série, um processo que pode ser bastante atraente e agradável para os espectadores. A maior parte desta gestão de informação é pré-consciente e automática, impulsionada por presunções e convenções. (MITTELL, 2015, p.167)⁸⁴

Mittell (2015) sugere um vasto leque de práticas para gerenciar essas informações que não são pré-conscientes ou automáticas, e que ajudam os fãs a acompanhar quatro facetas narrativas básicas que podem necessitar de orientação: tempo, eventos, personagens e espaço. As facetas são motivadas pela definição de narrativa seriada oferecida por Mittell: “uma série televisiva cria um **mundo** narrativo contínuo, povoado por um conjunto consistente de **personagens** que vivenciam uma cadeia de **eventos** ao longo do **tempo**” (MITTELL, 2015, p.263).⁸⁵ O tempo é sugerido como o aspecto mais central da narrativa seriada, já que a serialidade é definida como a manipulação do tempo como uma variável narrativa. Isso leva a um aspecto banal, mas importante dos seriados: “precisamos saber quando os episódios são exibidos e em que ordem devemos assisti-los” (MITTELL, 2015, p. 263)⁸⁶ A grade das emissoras é solenemente ignorada pelos seriadores, já que parecem preferir realizar o *download* dos episódios na internet. M.F. afirma: “*gosto mesmo de baixar as séries que*

84 Tradução do autor para: “*Consuming a narrative requires constant information management, as we must keep track of what we know and what knowledge gaps might be filled throughout the series, a process that can be quite engaging and pleasurable for viewers. Most of this information management is preconscious and automatic, driven by underlying assumptions and conventions (...)*”

85 Tradução do autor para: “*a television serial creates a sustained narrative world, populated by a consistent set of characters who experience a chain of events over time.*”

86 Tradução do autor para: “*we need to know when episodes are on and in what order we are supposed to watch them.*”

acompanho.” As datas de estreia de novas temporadas, porém, são enunciadas com certa ansiedade (“*dia 19, chega logoooo*”; “*EU AMEEEEEEEEEEEEEEI gente kd 10 de abril pra eu já ver tudo*”). O conhecimento sobre onde encontrar e como acessar as séries é compartilhado nas publicações da comunidade. Entre os comentários de *Orange is the New Black*, uma seriadora que não assina a Netflix compartilha links para *download* dos dois primeiros episódios, mas afirma ainda não ter “achado a legenda”. Dias depois, a mesma seriadora agradece a outro seriador pelo compartilhamento de sua conta na Netflix, o que possibilitou que ela assistisse ao seriado. Uma forma comum de se manter atualizado com as séries que assistem é através da utilização do Banco de Séries. M.F. afirma que o Banco de Séries “*é bom, porque como eu vejo muita coisa, é impossível você manter um histórico do que você tá vendo. Por exemplo, eu não sei em que episódio eu parei de ver tal série, lá vai ter*”, afirmando que sem o uso da ferramenta, não conseguiria assistir tantas séries. E.C. afirma que depende muito do Banco de Séries para organizar sua assistência, saber em quais séries está assídua, quais foram finalizadas e quantos episódios foram assistidos.

Mittell (2015) cita outras práticas de orientação que ajudariam os fãs a compreender as outras facetas narrativas (espaço, eventos, personagens), como o acesso dos fãs à páginas *wiki*, que são sites colaborativos que integram informações diegéticas e não-diegéticas sobre as séries, criando verdadeiras enciclopédias especializadas. Tanto Mittell (2015), quanto Silva (2014a) citam a *Lostpedia*, uma enciclopédia virtual colaborativa criada e mantida por fãs de *Lost*, como um banco de dados que serve de referência a todos os elementos da série. A publicação de episódios editados e resumidos, que servem como lembretes de acontecimentos passados, como “*The Seven Minute Sopranos*”, uma recapitulação em sete minutos de cinco temporadas e meias da série *The Sopranos*, disponibilizada no YouTube pouco antes da exibição dos episódios finais do seriado.

Na página da comunidade no Facebook, eventos narrativos das séries são explorados de forma pouco perceptível nas séries focadas aqui, embora possam ser percebidos em alguns momentos. Antes mesmo da estreia de *Marvel's Daredevil*, um seriador questionou uma imagem que exibia o uniforme do personagem Demolidor: “*Que porra de roupa é essa? n entendi nada agora! Isso será o uniforme dele?*”. Outro seriador responde “*É a roupa provisória cara. Calma*”, publicando em seguida uma imagem de uma história em quadrinhos mostrando o mesmo uniforme: “*Já apareceu nas Hqs também essa roupa*”. Um terceiro seriador joga ainda mais luz no tópico, esclarecendo a origem do polêmico uniforme: “*Essa*

roupa é de uma história do Mark Millar (...), que se não me engano é uma história de origem do Demolidor, sendo assim faz sentido colocar ela (e eu sinceramente curti).”

Em Jenkins (1992/2013), o compartilhamento de informações aparece como um trampolim para outras práticas da cultura dos fãs. As informações coletadas são necessárias para participar integralmente de debates críticos sobre a série assistida. Informações "avançadas" fornecem recursos para especulação sobre acontecimentos futuros e materiais secundários sobre as estrelas ou produtores, colecionados e trocados dentro da rede de fãs. Um outro uso das informações, citado por Jenkins (1992/2013) seria o desejo de conhecer os mecanismos de produção e aprender como foi feito:

Publicações comerciais alimentam o desejo do fã por informações de bastidores sobre técnicas de maquiagem e efeitos especiais, decisões de escolha de elenco e problemas de roteiro, o background de artistas e produtores, e políticas de programação das redes, que influenciam nas chances de renovação dos programas favoritos. (JENKINS, 1992/2013, p. 65)⁸⁷

Essas informações de bastidores são muito comentadas entre os seriadores, especialmente nos hiatos entre temporadas, quando a imprensa especializada informa sobre detalhes de produções em andamento. Na publicação de *Orange is the New Black*, um seriador compartilhou uma notícia do site *ligadoemserie.com.br*, que dava conta da possível saída da atriz Laura Prepon, o que gerou uma série de comentários de outros usuários, incluindo outro compartilhamento, desta vez um link para o *twitter* do canal de notícia de entretenimento *E!*, contrariando a notícia publicada anteriormente, como podemos visualizar na figura 6. Este tipo de publicação também pode levar a uma série de comentários especulativos, que exploraremos ao descrever a próxima esfera de participação.

87 Tradução do autor para: “Commercial publications feed the fan’s desire for “insider information” about make-up and special effects techniques, casting decisions and scripting problems, performer and producer backgrounds, and network programing policies that impact a favorite show’s chances for renewal.”



Figura 6 - Imagem da secção de comentários de *Orange is the New Black*

3.3.5 Especulativa

Em algum momento de outubro de 2015, o usuário do Reddit⁸⁸, drdrizzy13, publicou no site uma teoria sobre a série *The Leftovers*. A segunda temporada da série lidava com o

88 Reddit é uma rede social de notícias e entretenimento onde membros registrados podem enviar conteúdo, como textos e links para publicação na web. Outros usuários podem votar nas publicações, fazendo com que apareçam de forma mais destacada ou não na página inicial. Além da página inicial, existem milhares de outras páginas, categorizadas e tematizadas, chamadas de subreddit. A teoria criada por drdrizzy13 foi publicada na subreddit da série *The Leftovers*.

desaparecimento de três garotas na cidade fictícia de Jarden, o único lugar do mundo até então poupado do inexplicável desaparecimento de 2% da população mundial. drdrizzy13 levantava suspeitas sobre o comportamento das garotas antes do sumiço, presumindo que elas estariam de alguma forma ligadas ao culto niilista Guilty Remnant. Semanas depois, o espectador do seriado não só confirmaria sua hipótese, como também descobriria que Damon Lindelof, o *showrunner* de *The Leftovers* ficara aliviado que as especulações de drdrizzy13 não haviam ganhado força:

Eu não estou no Twitter, não estou no Reddit, mas vários dos roteiristas monitoram essas coisas. E eu checo com eles, “Somerville⁸⁹ me disse que alguém no Reddit adivinhou após o terceiro episódio.” Mas não ganhou qualquer impulso. Era só uma pessoa no Reddit afirmando. E isto é, eu acho, o benefício de uma audiência mais baixa. Se estivéssemos produzindo *True Detective*, onde todos estão revelando todos os detalhes do Yellow King, e é um zeitgeist de primeiro nível, não teria como as pessoas não adivinharem.⁹⁰

Embora estivesse correta, a teoria de drdrizzy13 nunca ganhou credibilidade o suficiente para ser respeitada e compartilhada pela comunidade. Jenkins (2009) baseia-se em Pierre Lévy para conceituar comunidades virtuais de fãs como uma forma de inteligência coletiva, onde apenas certas informações são dominadas por todos os membros, e todo o resto é conhecido por indivíduos que compartilham o que sabem no momento adequado. Analisando como os fãs do *reality show Survivor* especulam sobre os acontecimentos do programa, Jenkins (2009) apresenta duas citações que ajudam a definir o que chamamos aqui de esfera de participação especulativa: Lévy (1997 citado por JENKINS, 2009) afirma que "perguntas não respondidas criam tensão... indicando regiões onde é preciso inventar e inovar"⁹¹ e Haralovich e Trosset (2003) indicam que "O prazer narrativo deriva do desejo de saber o que vai acontecer, de fechar e abrir esta lacuna, repetidamente, até a resolução da história". (p. 9)⁹²

89 Lindelof provavelmente se refere a Patrick Somerville, um dos roteiristas da segunda temporada de *The Leftovers*.

90 Tradução do autor para: “*I’m not on Twitter, I’m not on Reddit, but several of the writers are monitoring that. And I’m checking in with, “Somerville told me that someone on Reddit guessed it after week 3.” But it didn’t gather any momentum. It was just one person on Reddit saying it. And this is, I think, the benefit of lower viewership. If we were “True Detective,” where everyone is unpacking every detail of the Yellow King, and it’s in the A-level zeitgeist, there’s no way that people wouldn’t have guessed it.*” Disponível em: <http://www.hitfix.com/whats-alan-watching/damon-lindelof-on-the-leftovers-im-fighting-for-the-life-of-the-show>

91 Tradução da versão brasileira de Cultura de Convergência (2009). Na edição brasileira de A Inteligência Coletiva: por uma antropologia do ciberespaço (1998) a citação é traduzida como: “As questões, as interrogações sem respostas tensionam (...) assinalam as zonas que envolvam a criação, a inovação”.

92 Tradução do autor para: “*Narrative pleasure stems from the desire to know what will happen next, to have*

O ato de especular, portanto, é um prazeroso momento de invenção e inovação sobre lacunas narrativas, que extrapolam os limites de um texto (midiático), sendo compartilhadas e eventualmente aceitas ou rejeitadas pela comunidade. Em *Textual Poachers* (1992/2013), Jenkins já elaborara um estudo de caso sobre o grupo de discussão online, que servia a muitas necessidades dos fãs da série *Twin Peaks*, mas acima de tudo “o grupo (...) passou a maior parte do tempo em análises detalhadas da série e no deciframento dos seus muitos enigmas narrativos” (JENKINS, 1992/2013, p.78).⁹³ Segundo o autor, a discussão era cheia de narrativas apaixonadas dos espectadores sobre sequência e cenas que eram assistidas e re-assistidas em câmera lenta nas cópias feitas em VHS. As ações dos personagens eram tão detalhadamente escrutinadas, que especulações eram realizadas em torno de sequências banais: “Onde a série em si não apresentava mistérios, os fãs eram forçados a inventá-los” (JENKINS, 1992/2013, p. 79).⁹⁴

Mittell (2015) diferencia duas ações executadas por fãs que podem ser discutidas dentro da esfera da especulação: enquanto a elaboração de hipóteses seria um processo cognitivo efetuado por indivíduos no ato da assistência, a elaboração de teorias acontece quando as hipóteses, ideias e respostas possíveis à questões narrativas são articuladas dentro de uma comunidade de fãs, transformando um processo interno em uma prática cultural. Os dois processos (hipotetização e teorização) estão entrelaçados, já que “espectadores irão integrar as teorias compartilhadas que eles leram ou ouviram em sua própria hipotetização enquanto assistem (ou re-assistem) episódios”⁹⁵ (MITTEL, 2015, p.172).

Dentro do universo de comentários analisados, o engajamento dos seriadores na esfera especulativa aconteceu de forma tímida, mas foi observado. Entre os comentários de *Marvel's Daredevil*, um seriador afirmou ter impresso uma foto da atriz Deborah Ann Woll e colocado ao lado da cama “*só pra acordar e ver esses olhos mais lindos do planeta*”. Outra seriadora afirmou “*Ela é uma deusa grega mesmo*”, gerando um comentário de um terceiro seriador: “*não fala em gregos nesse tópico que eu já penso na Elektra*”, se referindo à tradicional antagonista/interesse amoroso do super-herói Demolidor, que não foi caracterizada durante a primeira temporada da série. Motivada pela lembrança da personagem, a seriadora questiona: “*prestaram atenção na grega que o Foggy pergunta pro Matt??*”, fazendo referência a uma

that gap opened and closed, again and again, until the resolution of the story.”

93 Tradução do autor para: “*The group (...) spent much of its time in detailed analysis of the series and the decipherment of its many narrative enigmas.*”

94 Tradução do autor para: “*Where the series itself did not pose mysteries, the fans were forced to invent them.*”

95 Tradução do autor para: “*(...) viewers will integrate the shared theories that they have read or heard from others into their own hypothesizing while watching (or rewatching) episodes*”

cena de *flashback*, exibida no décimo episódio, em que Matt Murdock, alter-ego do Demolidor, conversa casualmente com o amigo Foggy sobre uma garota grega que está em sua turma de espanhol. O conhecimento prévio dos personagens através das histórias em quadrinhos, leva os seriadores a especular que a cena é uma espécie de aperitivo para a presença de Elektra, personagem de origem grega e que conheceu Matt Murdock na faculdade, em temporadas futuras: “Acho que na segunda temporada vão introduzir os ninjas da Hand, aí ela aparece”

Os seriadores também especulam na publicação da série *True Detective*. O sétimo e penúltimo episódio da série suscitou uma conversa entre três seriadores (entre eles E.C. e L.S.) sobre um ponto específico da trama, uma fita de vídeo que evidencia o envolvimento de um personagem secundário em um dos crimes investigados pelos protagonistas. Esta conversa serviu para que L.S. compartilhasse teorias sobre o que aconteceria no episódio seguinte, o *season finale*⁹⁶, além de compartilhar um link para uma notícia que discutia várias teorias sobre como a temporada de *True Detective* terminaria: “*tem esse site que colocou as mais loucas teorias sobre a série, TODAS tem fundamentos para reforçarem suas ideias; a mais realista é que a Audrey (filha do Martin) foi abusada pelos 5 Horsemen, pois tem VÁRIAS referências na própria série que reforçam isso (os desenhos quando ele era pequena e como as bonecas dela foram posicionadas são as maiores referências)*” As especulações em *True Detective* fogem aos elementos diegéticos da série, extrapolando a narrativa. Após o fim da temporada, notícias especulativas de sites especializados são compartilhadas, dando conta da contratação de possíveis atores para interpretar os novos protagonistas (Brad Pitt, Colin Farrell) e pistas sobre como será a segunda temporada.

Comentários especulativos sobre a trama geralmente fazem menção a acontecimentos já mostrados na série. Para evitar a prática do *spoiler*, esse tipo de comentário é publicado com um *spoiler alert*, uma espécie de aviso de que as informações postadas contêm detalhes narrativos. Mittell (2015) destaca que alguns espectadores anseiam pelo acesso a informações que adiantam detalhes de episódios ainda não assistidos. Para outra parcela da audiência, qualquer tipo de informação antecipada, até mesmo *previews* e sinopses fornecidos pela indústria televisiva, são tratadas como conhecimento proibido. Na entrevista, L.S. resumiu seus sentimentos com relação aos *spoilers*, afirmando não gostar quando pessoas fazem isso sem dar qualquer tipo de aviso, até mesmo em detalhes não narrativos, como a publicação de uma foto do personagem Demolidor já vestindo o uniforme clássico: “(...) *tem gente que assiste uma temporada inteira em um dia, como foi o caso de alguns com o Demolidor, que*

96 O *season finale* é o nome dado ao último episódio de uma temporada.

assistiu os 12 em um dia. Eu tava no episódio 2 ainda: '-Galera, vamo maneirar. Não colocar foto do personagem já com o traje...'”

Através da proposta das esferas de participação, buscamos compreender os sentidos oferecidos pelas práticas realizadas pelos membros da comunidade, os seriadores. De forma geral, a natureza generalista do grupo (onde um número muito grande de séries são discutidas e conversadas), parece incentivar a atuação da página no Facebook como um espaço primariamente lúdico e afetivo, onde jogos, brincadeiras e declarações de apreço surgem de forma mais destacada do que as outras esferas apresentadas (avaliativa, elucidativa, especulativa). Acreditamos que a discussão de elementos narrativos, ligada de forma mais evidenciada às esferas elucidativa e especulativa, se tornem mais destacadas quando existe um engajamento sincrônico da comunidade, seja através do consumo das séries seguindo a lógica oferecidas pelas redes tradicionais de televisão, ou por acentuada (e sincrônica) aderência dos seriadores à prática do *binge-viewing*. Esse consumo assíncrono excessivo, a prática de “maratonar” séries televisivas, será discutido no próximo item, ao analisar como os membros do Clube dos Seriadores Anônimos do RN assistem às séries sincrônicas (*Masters of Sex*, *Orphan Black*, *True Detective*) e as séries assíncronas (*House of Cards*, *Marvel's Daredevil*, *Orange is the New Black*). Iremos buscar a percepção de elementos narrativos específicos nas interações realizadas pelos fãs na página da comunidade no Facebook.

3.4 Assistindo as séries assíncronicas

No decorrer da pesquisa, buscamos foco na assistência dos seriadores às séries Netflix, para entender como se relacionam com a circulação assíncronica das produções citadas. A forma como assistem aos seriados Netflix foi relatada nas entrevistas e há também a observação entre os comentários.

O seriador entrevistado L.S. (22 anos) destacou a autonomia e a liberdade que o provedor de conteúdo sob-demanda oferece: “... a experiência que eu tenho de ver uma série original Netflix (...) é a liberdade que eu tenho de assistir, da forma que eu posso assisti-la e de como eu vou assisti-la”. Todos admitiram a prática do *binge-watching*, realizando “maratonas” de episódios ou até mesmo temporadas. Mas qual seria o grau de autonomia praticado pelos seriadores “maratonistas”? E.C. (24 anos) e M.F. (19 anos) utilizam as palavras ansiedade e urgência para definir suas relações com as “maratonas” de seriados. E.C. tenta impor regras para organizar a própria assistência: “Eu não me seguro. Vou assistir essa temporada que o Netflix liberou e apenas. Não consigo obedecer. Pelo fato de eu ser muito ansiosa, tem algumas séries que me afetam tanto que eu não aguento”. M.F. tem uma relação ambígua com a inquietação que sente ao assistir às séries Netflix. “Eu acho bom por um lado porque não fica aquela ansiedade: e agora, o que vai acontecer no próximo episódio? E acho ruim pelo mesmo motivo. Porque não tem aquela ansiedade, ter que esperar até a semana, que é bom também isso. Ter que esperar até a semana que vem pelo próximo episódio”.

Os sentimentos das duas seriadoras refletem um diálogo, publicado pelo Huffington Post, entre as jornalistas Lauren Duca e Leigh Weingus, que discutem a segunda temporada de *Orange is The New Black*. Duca afirma que:

O Netflix está tão consciente de que as pessoas querem assistir coisas no seu próprio tempo, e com DVRs e serviços de streaming há menos adesão a estrutura linear do que nunca. Mas nossa inclinação ao *binge watching* está destruindo o simples prazer de antecipar e assistir a um único episódio de TV. Obviamente a culpa não é toda do Netflix, mas *Orange is the New Black* é um exemplo tão intenso da nossa necessidade por gratificação instantânea e da pressão para fazer parte do aspecto comunitário do programa.⁹⁷

97 Tradução do autor para: *Netflix is so acutely aware that people want to watch things on their own time, and with DVRs and streaming services there's less adherence to a linear structure than ever. But our penchant for binge watching is destroying the simple pleasure of anticipating and watching a single episode of TV. That's obviously not all Netflix's fault, but "OITNB" is such an intense example of our need for instant gratification and the pressure to catch up to the community aspect of a show.* (Disponível em: http://www.huffingtonpost.com/2014/06/10/binge-watching-orange-is-the-new-black_n_5480103.html)

A ansiedade e o sentimento de urgência não são exclusivos da assistência dos seriados Netflix. Entre os comentários na página do grupo, muitos seriadores mostram-se ansiosos pela espera de novos episódios de *Orphan Black* (“acabei o 1 episódio e to muuuuito ansiosa pelo 2º”) e ainda mais marcadamente, pela espera de novas temporadas (“SURTANDO”, “ANSIOSÍSSIMA”, “19 de abril que não chega”, “OH MY GOD! SEASON 2 NOW”). A ansiedade por novos episódios de *Orange is The New Black*, *House of Cards* e *Marvel's Daredevil* é externada apenas ao final das temporadas, no hiato entre temporadas, e na espera pela estreia de uma nova série. Na publicação de *Orange is The New Black*, uma seriadora questiona: “Já tem segunda temporada?”. Três outros seriadores respondem negativamente. A seriadora que fez a pergunta diz: “Sofrendo pela eternidade aqui.)” e em seguida “): acho que vou rever aqui... Só pra morrer mais um pouquinho”. Um outro seriador externou de forma mais clara sua insatisfação com a longa espera: “o chato de todos os episódios disponíveis de uma vez no netflix é a longa espera até a próxima temporada :~” e após receber a sugestão de assistir um por semana, respondeu não conseguir. Na publicação de *House of Cards*, um seriador demonstra sua ansiedade ao perguntar enfaticamente “KD A TERCEIRA TEMPORADA?”. O comentário foi publicado no dia 26 de fevereiro de 2014, apenas 12 dias após a Netflix disponibilizar a segunda temporada. Muitos comentaristas na publicação de *Marvel's Daredevil* admitem o *binge-viewing* (“Terminei a pouco de maratonar, e meu Deus”, “Que série linda sério. Maratonei ela com pai, ele gostou tbm”). Uma seriadora fez uma avaliação positiva da série, afirmando ter acabado “agora a maratona”, apenas um dia após a Netflix ter disponibilizado os episódios.

Apesar do seriador escolhido para esta pesquisa L.S. afirmar que prefere assistir de forma mais lenta, para “respirar” a série e refletir sobre os acontecimentos, ele é adepto da prática do *binge-viewing*. Na publicação do Facebook de *Orange is The New Black*, afirma que o Netflix é ótimo para maratonas e que assistiu um episódio por dia, sendo difícil segurar, “pois a série é ótima”. Mas o comentário foi postado apenas seis dias após a estreia da série, transparecendo o fato de que L.S. assistiu mais de um episódio por dia. Na entrevista, M.F. relatou a mesma disposição em assistir vários episódios em sequência: *Quando o Netflix coloca todos os episódios de uma vez, a pessoa não vai ver um episódio aqui, outro acolá. Vai ver tudo de uma vez.* Já E.C. falou sobre a experiência de assistir as séries *Hemlock Grove* e *House of Cards*, destacando a comodidade do Netflix (“...quando acabava um episódio eu já queria assistir o outro e eu: Ah, que legal. Não vou precisar baixar”) e a necessidade em assistir realizando o *binge-viewing* (“...de imediato saiu *House of Cards* e a experiência foi

ainda bem melhor. A série me ganhou mais e eu tinha aquela urgência de querer consumir um episódio atrás do outro”).

O que significaria essa dificuldade em assistir os episódios de forma mais parcimoniosa? A maneira como o Netflix encoraja os produtores a estruturarem a narrativa do seus programas, aliada a estratégia de circulação destes, e ao conhecimento que empresa possui de hábitos e padrões de assistência dos usuários, coloca em jogo a noção de autonomia e liberdade oferecida pelos provedores de conteúdo sob-demanda. A ansiedade, outrora demonstrada de forma mais marcante na espera pelo próximo episódio ou na proximidade da estreia de uma nova temporada, agora se manifesta logo que terminam de assistir uma temporada, consumida vorazmente em um período curto de tempo, geralmente poucos dias.

O jornalista Joe Queenan⁹⁸ cunhou o termo “a tirania do Netflix”, ao escrever sobre como provedores de conteúdo sob-demanda criam um ambiente em que os filmes recomendados por seus amigos devem ser assistidos imediatamente. Uma espécie de pressão social, aliada a facilidade e disponibilidade tecnológica, fez com o que Queenan se sentisse obrigado ver os filmes sugeridos: “As pessoas sentiam pressão social para assistir filmes que eram bons ou bem sucedidos (...). Mas a internet criou um mundo de sombras onde o bom gosto e números de bilheteria e opiniões de críticos não se aplicam mais. A internet nos permite reorganizar o mundo do jeito que queremos”.⁹⁹ Dentro do contexto da comunidade, os seriadores devem lidar com a facilidade de circulação dos seriados, além de estarem inseridos em um grupo onde a conversa e a participação estão atados a necessidade de estar em dia com a série. Observamos, portanto, que o Netflix oferece um grau de autonomia logicamente superior àquele oferecido pelo fluxo da televisão tradicional, através da disponibilização de um imenso catálogo de títulos e da praticidade do serviço, ao mesmo tempo em que se vale de estruturas sociais (grupos e comunidades de fãs, redes sociais) e formais (a narrativa altamente serializada dos programas, a disponibilidade da circulação assíncronica) que findam atuando como perturbações na liberdade de seus usuários.

A questão de como a comunidade discute esses seriados, e se eles enxergam alguma diferença entre essa prática quando o programa discutido é uma série da televisão tradicional, foi colocada para os sujeitos. A entrevistada M.F. não observou grandes diferenças no conteúdo dos comentários, mas acredita que a visibilidade das séries Netflix é maior dentro do

98 Disponível em: <http://www.theguardian.com/film/filmblog/2015/feb/26/netflix-video-on-demand-watch-this-movie>

99 Tradução do autor para: *It used to be that people only felt social pressure to see films that were successful and/or good (...) But the internet has created a shadow world where good taste and box office receipts and critics' opinions no longer apply. The internet allows us to rearrange the world the way we want it.*

grupo, graças a concentração dos comentários em um curto período temporal. Ao verificar a distribuição temporal dos comentários das séries analisadas, foi possível corroborar parcialmente a afirmação de M.F. Dentre as séries analisadas, todas apresentam um período consecutivo de semanas¹⁰⁰ em que existe uma maior concentração de comentários. *Orange is the New Black* possui um total de 174 comentários, mas 66,66% (116) estão concentrados nas primeiras 6 semanas após a disponibilização da série pela Netflix. *House of Cards* apresenta uma concentração ainda mais marcante. A série possui apenas 48 comentários, sendo que 34, aproximadamente 70% do total, acontecem nas primeiras duas semanas após a disponibilização da série. O número de comentários sofre quedas bruscas entre temporadas (ver gráfico 2), mostrando que dentro do contexto da comunidade, as novas séries são mais comentadas. Dentre as seis séries analisadas, apenas *Orphan Black* obteve um número de comentários significativos na segunda temporada, caindo de 219 para 57, uma diminuição de cerca de 73%. Também foi possível perceber uma diferença no período de distribuição destes comentários quando comparadas séries assíncronicas e síncronicas. *Marvel's Daredevil*, *Orange is the New Black* e *House of Cards* tiveram períodos de concentração maiores nas primeiras semanas da primeira temporada. A primeira temporada de *Masters of Sex* também obteve mais comentários nas primeiras semanas (30), mas o número foi semelhantes nas três semanas próximas ao *season finale* (25).

100 A “semana” foi utilizada para respeitar o padrão de periodicidade das séries tradicionais, que servem como parâmetro de comparação às séries de circulação assíncronica produzidas pela Netflix.

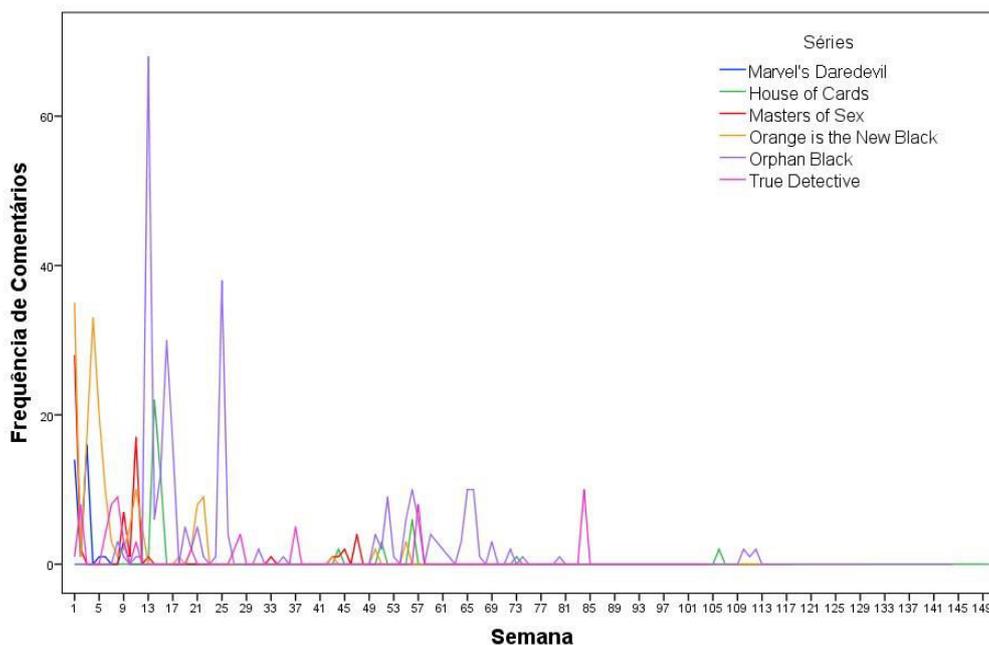


Gráfico 2 - Frequência de comentários por semana

Embora seja um seriado veiculado e produzido por uma emissora tradicional de televisão, a primeira temporada de *Orphan Black* foi assistida assincronicamente. A maior concentração de comentários, cerca de 46% do total, se deu 21 dias após o encerramento da primeira temporada, sugerindo que a série foi “descoberta” pelo maior parte dos seriadores alguns meses após sua estreia. A segunda temporada da série foi assistida de forma sincrônica, e a distribuição de comentários se deu de forma semelhante à primeira temporada de *Masters of Sex*, com comentários concentrados nas datas de exibição dos primeiros e últimos episódios. O padrão também foi observado na série *True Detective*, embora com uma aumento significativo de comentários nos últimos episódios. A primeira temporada da série da HBO possui 57 comentários, sendo 9 (15,78%) nas duas primeiras semanas de exibição e 24 (42%) nas últimas 4 semanas.

A distribuição temporal dos comentários mostrou-se problemática para E.C. Ela vê diferenças fundamentais na forma como essas séries de circulação assincrônica são debatidas na página do grupo no Facebook. “*Séries convencionais, o pessoal assiste um episódio, mal termina de assistir e vai correndo para o tópico para comentar. Aí gera inúmeros comentários por causa de um único episódio.*” E.C. acredita que o episódio acaba sendo melhor explorado, de forma mais detalhada. “*Uma série Netflix, raramente o pessoal comenta episódio por episódio. Acaba de assistir a temporada inteira para ir lá e comentar. Então acho que muita*

coisa acaba passando batido.” Para ela, apenas os episódios mais marcantes são discutidos.

Analisando os comentários de *Orange is the New Black*, na página do Facebook do grupo, a afirmação de E.C. pode ser exemplificada de forma contundente. De uma total de 174 comentários, 11 fazem menção ou remetem a um episódio específico. E nenhum deles faz menção a pontos específicos da trama ou do desenrolar da narrativa. O usuário mais ativo de *Orange is The New Black* (33 comentários), postou após ver o primeiro episódio da série: “*que piloto bacana! e achei a atriz a cara da kate perry lol*”. Após assistir o último episódio da primeira temporada, o mesmo usuário realiza uma sequência de quatro postagens que culminam com o compartilhamento do link do vídeo “Eu tô tremendo, Rosana”. Em nenhuma das postagens ele faz referências a acontecimentos específicos do episódio. Similarmente, o seriador L.S. publica uma opinião positiva da série ao terminar de assistir a segunda temporada: “*Segunda temporada boa! Ri litros! ótima conclusão! Melhor do que QUASE TUDO na TV convencional*”. Ele espera assistir toda a temporada para fazer um comentário, se limitando a elogiar a conclusão, o que pode ser entendido como uma menção a um episódio específico.

Quando comparamos a natureza dos comentários aos de séries convencionais, é possível perceber de forma mais nítida as diferenças entre as práticas dos seriadores dentro do ambiente virtual. A série *True Detective* tem apenas duas temporadas e um número de comentários inferior a *Orange is the New Black* (73 comentários). Doze comentários fazem alusão a episódios específicos e ao contrário do que ocorre entre os comentaristas de *Orange is the New Black*, o desenrolar da trama e cenas específicas são citadas. O seriador L.S. comenta no dia 17 de janeiro, após assistir o primeiro episódio da série: “*Piloto Muito bom! Pense em uma hora que passou rápido, gostei do desenvolvimento dos personagens (principalmente do Matthew McConaughey), talvez o melhor episódio do ano até agora.*” Em 16 de fevereiro, L.S. realiza um comentário sobre o quarto episódio da série: “*Episódio de domingo passado foi muito massa, os 10 minutos finais foram muito Bons, a cena de fuga do bairro foi surpreendente, de uma sequencia de Single Camera super bem feita, tá de parabéns!*” E.C. admite estar atrasada, não tendo assistido ao episódio, ao que L.S. responde prontamente: “*Se adiante!*” O sétimo e penúltimo episódio suscitou a conversa entre três seriadores (entre eles E.C. e L.S.) citada no segundo capítulo, sobre um ponto específico da trama, a fita de vídeo que evidencia o envolvimento de um personagem secundário em um dos crimes investigados pelos protagonistas. Esta conversa serviu para que L.S. compartilhasse teorias sobre o que aconteceria no episódio seguinte, o *season finale*, além de compartilhar

um link para uma notícia que discutia várias teorias sobre como a temporada de *True Detective* terminaria.

Dentre os seriados analisados, *House of Cards* é o que possui menor número total de comentários, mas proporcionalmente é a série com maior número de comentários sobre episódio específicos (10). Um evento narrativo único suscitou uma sequência de comentários entre dois seriadores, entre eles E.C. A morte do personagem Peter Russo, assassinado pelo protagonista Frank Underwood no penúltimo episódio da primeira temporada, deu início a uma conversa críptica, onde E.C. tenta mencionar seu choque com o acontecimento, sem explicitar ao que se refere, como atesta a figura 7.



Figura 7 - Imagem da secção de comentários de *House of Cards*

Orphan Black é a série com maior número de comentários sobre episódio específicos, mas proporcionalmente, está abaixo de *House of Cards* e *True Detective*. A importância destes comentários fica evidente ao ser realizada uma divisão entre primeira e segunda temporadas. Como foi mencionado anteriormente, a primeira temporada foi assistida pelos seriadores assincronicamente, de forma semelhante aos seriados originais da Netflix. Durante a segunda temporada, assistida com as limitações impostas pela grade de programação, pelo menos 25 comentários mencionam eventos ou episódios específicos, um total de 43,85% dos comentários da temporada. E os eventos narrativos relatados são múltiplos, ao contrário do

que acontece em *House of Cards*. No dia 27 de abril, um seriador escreve: “*O que foi a cena da Alison com spray de pimenta e apito? Kkkkk*”, em referência a uma cena do primeiro episódio da segunda temporada, em que a personagem Alison, uma típica mãe suburbana norte-americana, usa um spray de pimenta e um apito anti-estupro como armas de defesa ao ser capturada por um grupo de vilões. No dia 13 de maio, uma seriadora publica: “*Todas clones, mas só Helena é superheroina que não morre nunca*”, uma possível referência a sangrenta fuga realizada pela personagem Helena no episódio 4. No dia 17 de junho, outra seriadora comenta, após um aviso de *spoiler*: “*GENTE, que mudança o Donnie sofreu! Minha nossa, fiquei ó, queixo no chão, entendi completamente o tesão que a Alisson teve por ele no final*”, mostrando-se perplexa com a mudança de atitude do personagem Donnie no episódio 9. Na semana seguinte, após o *season finale*, um seriador publica um aviso de *spoiler* e questiona: “*Só eu já desconfiava que havia clones masculinos?*”, sendo indagado por outra seriadora: “*tá falando do Tony ?*”, fazendo alusão a revelação de que existem outros clones na série, além dos personagens interpretados pela atriz Tatiana Maslany.

A observação realizada nos comentários dos seriadores na página da comunidade no Facebook sugere que a percepção da seriadora E.C. está correta. As séries originais da Netflix são menos comentadas por episódios, levantando a possibilidade de que a prática do *binge viewing* iniba a ação de tecer comentários a episódios específicos. A diminuição deste tipo de comentário poderia acarretar no decréscimo de menções, questionamentos e teorias sobre eventos narrativos, levando a redução de debates com o intuito de desvendar elementos da trama (MITELL, 2015), e diminuindo o envolvimento dos seriadores no que definimos como esfera de participação especulativa.

Série	Comentários antes da estreia	Comentários 1ª temporada	Comentários 2ª temporada	Comentários 3ª temporada	Total	Comentários sobre episódios específicos
House of Cards	0	39	9	0	48	10
Marvel's Daredevil	46	36	-	-	82	5
Orange is the New Black	6	163	5	0	174	11
Masters of Sex	0	57	8	0	65	8
True Detective	6	57	10	-	73	12
Orphan Black	0	219	57	5	282	40

Tabela 1 – Total de comentários (por série, temporada, antes da estreia e sobre episódios específicos).

3.5 O seriador como turboconsumidor

O pesquisador Gilles Lipovetsky (2007) destaca a evolução dos ritmos e imperativos de inovação do consumo contemporâneo. A aceleração é uma das palavras de ordem na atual fase do capitalismo. Para isso utiliza o conceito do hiperconsumo, marcado por uma nova relação emocional dos consumidores com os produtos, e da “economia da experiência”, onde o consumidor “busca menos a posse das coisas por si mesmas que a multiplicação das experiências, o prazer da experiência pela experiência, a embriaguez das sensações e das emoções novas” (LIPOVETSKY, 2007, p. 32). Para o autor, o universo do consumo se eleva a um novo imaginário, associado ao poder sobre si e ao controle individual das condições de vida. As grandes empresas, além de oferecer uma imensa gama de produtos segmentados, disponibilizam no mercado milhares de novos produtos todos os anos. A indústria cultural não foge a "lei frenética" do novo e do perecível. A era da globalização seria marcada pela explosão da diversidade, pelos imperativos da rapidez e pela dinâmica dos fluxos permanentes. Completamente adaptado à lógica do hiperconsumo, a Netflix tornou-se símbolo da televisão do século XXI: desterritorializada, virtual, e veloz. O catálogo virtualmente infinito da empresa, aliado a personalização do sistema de recomendações, permite que um único “canal”, atenda às necessidades dos mais diferentes tipos de usuários, de forma mais personalizada. Lipovetsky (2007) destaca a hipersegmentação como uma das características do consumo contemporâneo, semelhante à lógica do *narrowcasting* colocada por Anderson (2006).

A hora é da hiperindividualização da utilização dos bens de consumo, das defasagens dos ritmos no interior da família, da dessincronização das atividades cotidianas e dos empregos do tempo. Em suas bandeiras, a sociedade de hiperconsumo pode escrever em letras triunfantes: “Cada um com seus objetos, cada um com seu uso, cada um com seu ritmo de vida”. (LIPOVETSKY, 2007, p. 66)

É na distorção das limitações temporais que o seriador mas se adequa ao perfil do turboconsumidor. Lipovetsky (2007) destaca, dentro do contexto do consumo contemporâneo, atividades que exprimem a lógica da auto-organização do tempo livre, do desejo do consumidor em se reapropriar dos próprios prazeres, passando por experiências mais pessoais. A preferência pela liberdade oferecida pela Netflix compreende esta necessidade, de “organizar seus lazeres de maneira individualizada” (LIPOVETSKY, 2007, p. 40), ao contrário de estar à mercê das imposições mais restritivas da televisão linear tradicional.

O turboconsumismo policrônico seria um “estilhaçamento dos enquadramentos espaço temporais do consumo”, onde surgem novos comportamentos, caracterizados pela rapidez e exigência de eficácia, pela preocupação obsessiva em ganhar tempo. Novas demandas temporais surgem como a hipervelocidade, a acessibilidade direta e o imediatismo. O *binge viewing* é um retrato fiel das novas práticas surgidas na era do hiperconsumo. O seriador deseja não apenas acesso instantâneo e imediato aos programas que deseja assistir. Ele também quer chegar a um ponto final, o desfecho narrativo, o quanto antes.

A época do “saber esperar”, em que a experiência da espera era um elemento de felicidade, recua em favor de uma cultura da impaciência e da satisfação imediata dos desejos. Na civilização do hiperinstante, os serviços expressos e 24 horas multiplicam-se, a porção das viagens decididas no último minuto e das reservas tardias aumenta: é o tempo da demora zero, do “o que quero, quando quero, onde quero”, querendo o turboconsumidor obter tudo, imediatamente, em qualquer dia, em qualquer momento. Enquanto proliferam as ofertas e demandas em tempo real, o Homo consumans torna-se alérgico à menor espera, devorado que está pelo tempo comprimido do imediatismo e da urgência (LIPOVETSKY, 2007, p.70)

Lipovetsky (2007) fala que a obstinação em comprimir o tempo é um signo do advento de uma nova condição temporal do homem, desligado do passado e do futuro: uma sacralização do presente. Noção semelhante é apresentada por Rushkof (2013), ao introduzir o conceito do presentismo ou choque de presente. Rushkoff sugere que, ao contrário do século XX, caracterizado por uma constante obsessão com o futuro, o século XXI é a era do agora, do momento atual, onde tudo ocorre em tempo real, em alta velocidade. O calendário, e depois o relógio, foram tecnologias que sintetizaram a relação da humanidade com o tempo: “se o universo mecânico igualou o corpo humano com as engrenagens de um relógio, o universo digital agora iguala a consciência humana com o processamento de um computador” (RUSHKOFF, 2013, p. 82)¹⁰¹ O tempo deixa de ser linear. O passado não é mais algo que ficou para trás em uma linha temporal, mas algo disperso em uma teia informacional que pode ser acessado e recapturado a qualquer momento. Qualquer semelhança com o catálogo virtual oferecido pela Netflix, não é mera coincidência. Rushkoff afirma que o imperativo da sociedade atual não é exigir que nossas tecnologias se adaptem aos nossos ritmos inatos, mas o de nos esforçar para nos tornarmos mais compatíveis com as tecnologias. “Em vez de trabalhar dentro da máquina, como fizemos antes, devemos nos tornar a máquina” (RUSHKOFF, 2013, p. 95). Ao deixar o ritmo da tecnologia nos levar, não aumentamos nossa

101 Tradução do autor para: *If the clockwork universe equated the human body with the mechanics of the clock, the digital universe now equates human consciousness with the processing of the computer.*

capacidade de realizar escolhas genuínas, sacrificando a conexão com ritmos naturais para igualar os padrões impostos pela tecnologia. O autor introduz o conceito da **digifrenia**, que seria a incapacidade em harmonizar os ritmos naturais do corpo humano (que descansa, sente fome, dor, fadiga) ao ritmo imposto pelas tecnologias (constante, sempre ligada, inesgotável). Para Rushkoff, a digifrenia ocorre quando perdemos a capacidade de distinguir entre o eu virtual e o eu corporificado, que seguem realidades temporais diferentes, como a dificuldade oferecida por M.F. em sincronizar sua própria assistência com a assistência virtual na sua conta do Banco de Séries.

Para muitos de nós tentando reconciliar nossas escalas de existência real e virtual, há uma certa sensação de estar funcionando em velocidades diferentes ou em múltiplos fusos horários. Esta noção vem de ter de realizar escolhas precisas, minuciosas, instantâneas enquanto simultaneamente tentando experimentar o fluxo maior que associamos com criatividade e produtividade. (RUSHKOFF, 2012, p. 111)¹⁰²

Rushkoff (2013) propõe que os indivíduos assumam o controle de suas tecnologias, já que “tornar-se um dos programadores em vez dos programados é provavelmente uma melhor posição de partida para lidar com a digitalidade”. (RUSHKOFF, 2013, p. 87)¹⁰³ Para Lipovetsky (2007), o regime de tempo contemporâneo é paradoxal, dessincronizado, polirrítmico. Ele pergunta se o turboconsumidor teria se tornado “um doente da urgência, prisioneiro da ditadura do tempo real” (LIPOVETSKY, 2007, p. 70), nos levando a remeter à “tirania do Netflix”. Para o autor, o turboconsumidor não deve ser reduzido àquele que experimenta esta “ditadura do tempo real”, já que ao mesmo tempo em que testemunhamos um sujeito preocupado em fazer mais e mais depressa e que quer acessibilidade a informações (imagens, produtos) em todos os momentos do dia, também assistimos a uma “proliferação de desejos e comportamentos cuja orientação para os prazeres sensoriais e estéticos, para o maior bem-estar, para as sensações corporais exprimem a valorização de uma temporalidade lenta” (LIPOVETSKY, 2007, p. 71).

O paradoxo do seriador está exposto na necessidade em consumir com imediatismo suas séries, mas com a intenção de submergir no universo narrativo ficcional do seriado. Para

102 Tradução do autor para: *For many of us trying to reconcile our real and virtual scales of existence, there is almost a feeling of operating at different speeds or in multiple time zones. This sensation comes from having to make precise, up-close, moment-to-moment choices while simultaneously attempting to experience the greater flow we associate with creativity and productivity.*

103 Tradução do autor para: (...) *becoming one of the programmers instead of the programmed is probably a better position from which to contend with digitality.*

Carles¹⁰⁴, mergulhar no mundo do seu programa favorito e formar uma profunda conexão emocional com eles. Para a seriadora E.C., a oportunidade de se conectar e se apegar emocionalmente aos personagens que parecem “fazer parte da sua família”. Ao mesmo tempo em que prefere assistir suas séries sozinha (“*se você quiser voltar várias vezes para assistir uma cena que te impactou, você assiste. Se você quer ir ao banheiro, quer ir comer alguma coisa, você pausa, no seu tempo*”), E.C. (e L.S. e M.F.) exalta o contato humano estabelecido nos encontros e nas experiências coletivas. Os encontros realizados pelos seriadores, de certa forma atuam como uma contrapartida aos ritmos acelerados impostos pelo consumo contemporâneo. Os encontros se tornam gincanas, ambiente para se reunir e brincar, em jogos onde a participação e a integração parecem ser mais importantes que o vencer.

104 Disponível em http://www.grantland.com/story/_/id/6780645/friday-night-lights-better-person-becoming-man

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O fim ou morte da televisão é um tema divergente. Em artigo, Miller (2009) explorou suas contradições, alertando para a dramaticidade do assunto no título escolhido: “A Televisão Acabou, a Televisão Virou Coisa do Passado, a Televisão Já Era”. O teor dúbio das epígrafes que seguem o título dá a tônica de que talvez o fim não seja definitivo. Miller destaca: “A revista *Wired*, (...), diz que a TV acabou, porém renasceu¹⁰⁵. O *Washington Post*, (...), acha que a TV está obsoleta¹⁰⁶. (...) E o homens que fizeram fortuna com o prestigiado seriado *Lost* (...) não conseguem concordar sobre o futuro da mídia que alimenta seus apetites”¹⁰⁷ (MILLER, 2009). O restante do artigo deixa qualquer controvérsia de lado. Miller encerra o texto destacando o aumento de alcance e flexibilidade da televisão, agora capaz de incorporar novas mídias, e diz “A TV não está morta, ela está mudando”. (MILLER, 2009).

Falar sobre a Netflix e outros provedores de conteúdo sob-demanda é falar, portanto, sobre um processo de convergência entre a internet e a televisão, que envolve a linguagem, realizadores e audiências. Jenkins (2009) afirma que “tecnologias de distribuição vêm e vão o tempo todo, mas os meios de comunicação persistem como camadas dentro de um estrato de entretenimento e informação” (JENKINS, 2009, p.41), lembrando que a televisão não eliminou o rádio ou as palavras escritas não encerraram a fala. Os novos meios de comunicação não estão sendo substituídos, mas transformados através da implantação de novas tecnologias.

Entender e compreender essas mudanças nos motivam a pesquisar os provedores de conteúdo sob-demanda como uma nova televisão. Uma televisão que já não depende da radiodifusão, de transmissões via satélite ou a cabo. Uma televisão que já não necessita de data e horários marcados e onde intervalos comerciais inexistem. Uma televisão que agora sequer necessita de um aparelho de televisão. E mais do que entender esta televisão, precisamos entender quem são estes novos telespectadores. Como assistem? Quando assistem? Com quem assistem?

Levando em consideração as restrições estabelecidas por qualquer empreitada

105 “A TV morreu. Vida longa à TV” – *Wired* (Borland & Hansen, 2007 apud Miller, 2009)

106 “A Televisão faturou bilhões com base na quantidade de pessoas que assistem a um mesmo programa em seu horário habitual. Essa ideia já pode estar obsoleta – *Washington Post* (Bauder, 2007 apud Miller)

107 “A TV costumava ser uma estrada de mão única... Agora, a audiência é ouvida a respeito de cada aspecto de um programa. Isso modificou a natureza da televisão e os tipos de atrações que são desenvolvidas – Carlton Cruse, cocriador de *Lost* (Kushner, 2007 apud Miller, 2009)

108 “A televisão está morrendo” - Damon Lindelof, cocriador de *Lost* (Miller, 2009)

científica (ou realmente, por qualquer atividade humana), este projeto se empenhou em explorar a assistência televisiva destes novos consumidores.

A análise das entrevistas e das seções de comentários da página dos seriadores no Facebook, ilustram uma aderência a cultura das séries, como sugerida por Silva (2014a), especialmente se levarmos em consideração que Silva (2014a) considera a relação entre o público e a televisão “o vértice derradeiro do esquema conceitual (...) para entender a cultura das séries.” (SILVA, 2014a, p. 248) Os seriadores compartilham experiências, fazem comentários, tecem críticas, trocam informações e discutem aspectos do programas, sejam eles diegéticos ou não. A internet se torna um imenso oceano de possibilidade paratextuais, onde os eles encontram ferramentas para enriquecer sua experiência assistindo aos programas, trazendo elementos que não foram projetados pelos produtores das séries. Imagens de cenas e atores são reproduzidas ou modificadas, se transformando em *memes*, por sua vez compartilhados entre os seriadores. Outros produtos (imagens, vídeos, frases) que não estão associados diretamente à realidade do programa, se tornam ferramentas para que os membros do grupo realizem analogias com os acontecimentos mostrados nas telas, ou com suas experiências assistindo ao programa, como no caso do compartilhamento do vídeo “Eu tô tremendo, Rosana”. Essas práticas também são consonantes com os conceitos da televisão complexa (Mittell, 2015) e cultura da convergência (Jenkins, 2009). Jenkins (2009) destaca que a *web* deu visibilidade para práticas que ocorriam fora do campo de visão da indústria do entretenimento, trazendo para o primeiro plano uma camada oculta de práticas culturais. Mittell (2015) já havia destacado a necessidade em reconhecer as possibilidades singulares de assistência oferecidas pela televisão complexa, para destacar como a televisão contemporânea amplia as possibilidades de prazeres textuais e a disponibilidade de modos de engajamento.

Ao analisar o conteúdo dos comentários publicados, fomos capazes de classificar as práticas dos seriadores em cinco distintas esferas de participação (avaliativa, afetiva, lúdica, elucidativa e especulativa). A catalogação das práticas em esferas, e não a classificação dos comentários, nos pareceu uma forma mais apropriada de tentar abarcar a multiplicidade de sentidos expostos nas palavras e frases publicadas pelos seriadores, ao mesmo tempo em que abrimos possibilidades de que outros sentidos possam ser construídos, viabilizando a proposição de novas esferas participativas.

A análise das séries, baseada na abordagem poética proposta por Mittell (2015), definiu que *Orange is the New Black*, *House of Cards* e *Marvel's Daredevil* estão inseridas nos formatos e padrões de indústria televisiva contemporânea, embora a natureza assíncronica

da circulação destas séries sugira a radicalização da serialização narrativa e a negação do episódio, em uma tentativa deliberada da Netflix em produzir séries com uma marca singular à empresa e que melhor atenda seus interesses comerciais.

As afirmações e contradições dos seriadores, aliadas ao levantamento de dados quantitativos da assistência, sugere diferenças na relação dos fãs com as séries de circulação linear tradicional (*Masters of Sex*, *Orphan Black* e *True Detective*) e as séries de circulação assíncrona (*House of Cards*, *Marvel's Daredevil* e *Orange is the New Black*). As séries produzidas pela Netflix aparentam ser assistidas fundamentalmente seguindo a prática do *binge-viewing*. Embora o consumo assíncrono também ocorra entre as séries de circulação linear, a prática é menos difundida. Como foi insinuado por E.C., as séries assíncronas aglutinam uma maior quantidade de comentários em um curto espaço temporal e a quantidade de elementos narrativos discutidos que remetem a episódios específicos foi menor. Ainda assim, dado o número reduzido de comentários, e a natureza generalista do grupo, não é possível afirmar se aspectos referentes às esferas elucidativa e especulativa, que levariam os indivíduos a interpretar situações e cenas apresentadas na narrativa e buscar desvendar elementos ainda não apresentados, são ignorados pelos comentadores das séries produzidas pela Netflix. No entanto, a redução na relevância dos episódios sugere que sim, especialmente se tomarmos como exemplo as considerações de Mittell (2015) sobre a assistência das *soap operas*.

Mittell (2015) destaca as disparidades entre consumidores norte-americanos de seriados de TV (exibidos no horário nobre) e das *soap operas*, as telenovelas norte-americanas, exibidas durante o dia. Para os seriados, as lacunas semanais e os hiatos entre temporadas fazem com que cada episódio pareça mais significativo, encorajando os espectadores a preencher essas lacunas com especulações ou outras formas de engajamento paratextual. As *soap operas* reduzem a relevância dos episódios, que são exibidos diariamente, localizando-os no interior da rotina diária do espectador. “A assistência diária de *soap opera* é mais parte da textura contínua da vida cotidiana do que um evento especial a ser agendado” (MITTELL, 2015, p.239).¹⁰⁹ De acordo com Mittell (2015), mesmo que alguns fãs das *soaps* preencham as lacunas diárias com participação paratextual em fóruns online, as diferenças nos intervalos temporais alteram a prevalência e o alcance destas práticas.

Considerações que surgiram durante a fase final da pesquisa e findaram não sendo exploradas, sugerem novos caminhos para estudos. Experimentei, pela primeira vez, o *binge-*

109 Tradução do autor para: *Daily soap opera viewing is more part of the ongoing texture of everyday life than a special event to be scheduled.*

viewing em séries originais Netflix. Duas produções lançadas recentemente, e não citadas pelos seriadores, me levaram a experiências semelhantes, um inegável prazer em acompanhá-las de forma voraz, mas com resultados finais contrastantes. A primeira delas foi *Making a Murderer*, um documentário em série, em 10 episódios, sobre a controversa prisão de Steven Avery. Esgotados os episódios, tive acesso a uma rede de pessoas que assistiram a série e passaram a se debruçar e esmiuçar todas as nuances da investigação conduzida pela polícia norte-americana. No fórum da série criado no Reddit, os usuários discutem fatos que não haviam sido exibidos na tela, levantando hipóteses sobre a atuação fraudulenta de policiais, promotores e advogados, sugerindo outros possíveis autores para o crime (o assassinato de Teresa Halbach) e se engajando em campanhas que clamam pela liberdade de Avery e seu sobrinho, Brandon Dassey. O último episódio de *Making a Murderer* encerra a série, mas não encerra a saga de Steven Avery. Todos os materiais jornalísticos, investigativos e jurídicos que dizem respeito ao caso, se tornam um imenso oceano de possibilidades paratextuais que incentivam os fãs da série a mergulharem nesta narrativa verídica.

A outra série original Netflix assistida foi *Love*, uma série de comédia criada por Judd Apatow, Paul Rust e Lesley Arfin, estrelando o próprio Rust e a atriz Gillian Jacobs como o casal Gus e Mickey, protagonistas de um turbulento relacionamento. Assim como fizera com *Making a Murderer*, em poucos dias assisti aos 10 episódios do seriado. Ao terminar, fui tomado por sensação de melancolia, que não foi aplacada por comentários, releituras, avaliações ou críticas. Uma espécie de *Netflix blues*. Em um artigo para o The New York Times, Matthew Scheneier caracterizou a sensação, chamando-a de *post-binge-watching blues* ou *unseasonal affective disorder*, algo como o lamento pós *binge-watching* ou transtorno afetivo não-sazonal. Scheneier relata o que sentiu enquanto assistia o último episódio da série original da Netflix *Master of None*:

Eu me senti antecipadamente ansioso, melancólico, desprovido; eu havia devorado nove episódios em apenas alguns dias, apreciando-os mais do que esperava. Uma vez terminado, não haveriam mais até a próxima temporada – se houver uma próxima temporada, o que ainda não foi oficialmente anunciado. Ao contrário das redes de televisão, onde minhas doses seriam parceladas semana a semana ao longo de uma temporada, eu tinha assistido em *binge*.¹¹⁰

110 Tradução do autor para: *I felt anxious, wistful, bereft in advance; I'd eaten up nine episodes in only a few days, liking them more than I'd expected to. Once finished, there'd be no more until the next season - if there was a next season, which has still not been officially announced. Unlike on network TV, where my fix would be parceled out week by week over the course a season, I had binged.*

Disponível em: http://www.nytimes.com/2015/12/06/fashion/post-binge-watching-blues.html?_r=0

Embora pesquisas recentes¹¹¹ apontem correlação entre transtornos mentais e o *binge-viewing*, sugerimos **não** um trilhar metodológico que se ocupe da patologização da prática, mas de uma olhar sobre como os discursos que remetem ao vício fazem parte do universo dos fãs de séries e daqueles que praticam o *binge-viewing*. Como destacamos anteriormente, a origem do termo, em inglês, remete a comportamentos compulsivos estudados pela psicologia, como o *binge-eating*, comer compulsivamente, ou o *binge-drinking*, algo como beber até cair. Falas que remetem adição apareceram durante as entrevistas (“*se aquela série te viciou*”, “*porque somos viciados*”, “*não é só você ser viciado*”) e entre os comentários na página do grupo no Facebook (“*divertidíssima e viciante a série*”, “*viciei de primeira*”, “*muuuuito viciante*”), e até mesmo nas afirmações da imprensa especializada, como a citação anterior de Scheneier sobre com que frequência adquire suas “doses” do seriado (em inglês *fix*, uma maneira informal de se referir a dose de um entorpecente a qual um sujeito é viciado). O nome do grupo foi inspirado em outra comunidade de nível nacional, o Seriadores Anônimos. Em ambos os casos, é evidente a inspiração na escolha de como definir a comunidade (anônimos), com a utilizada por grupo de apoio que tentam ajudar pessoas a lidar com suas compulsões, como o Alcoólicos Anônimos, Narcóticos Anônimos e o Jogadores Anônimos. Mas enquanto esses grupos pregam a abstinência, o Seriadores Anônimos celebram a sua prática.

O que sugerimos guarda semelhanças com a proposta de Hills (2002) da *fandom* como um discurso religioso, onde fãs utilizam a linguagem da religião e da devoção para tentar explicar sua cultura, de uma forma que vá além de um sistema racional de produção de sentido. Jenkins (2006) considera a analogia problemática, ao ver que ela pode reacender a conotação da adoração excessiva que está, em parte, ainda associada aos fãs.

(...) não vejo por que a metáfora deva ser uma religião mais do que poderia ser um sindicato ou um partido político ou uma clube social ou uma fraternidade, qualquer uma das diversas entidades que servem à mesma função social de ser uma comunidade que articula valores e compartilha afetos. (JENKINS, 2006, p.19)¹¹²

111 Um estudo realizado por pesquisadores da University of Toledo, nos Estados Unidos, e apresentado no encontro anual da Associação Americana de Saúde Pública, em 2015, encontrou uma correlação positiva entre as pessoas que praticam o *binge-viewing* e o vício em televisão, concluindo que a literatura médica associa a precariedades na saúde mental e física à compulsão em assistir TV e que o *binge-viewing* é uma preocupação crescente de saúde pública que deve ser abordada. Disponível em: <https://apha.confex.com/apha/143am/webprogram/Paper335049.html>

112 Tradução do autor para: (...) *I don't see why the metaphor should be a religion any more than it could be a union or a political party or a social club or a fraternity, any number of which serve that same social function of being a community that articulates values and shared affect.*

Levando em conta os riscos que a autorização de uma analogia das práticas dos fãs de mídia com o vício, em legitimar a patologização dos seriadores, ainda assim acreditamos ser válida uma análise que viabilize estes discursos. Talvez, ela deva ser conscientemente observada da mesma maneira que Jenkins (2006) observa a analogia com a religiosidade: “enquadrada como uma hipérbole, como um excesso, (...) enquadrada como uma forma inadequada de descrever o que está acontecendo, mas a melhor palavra disponível no momento” (JENKINS, 2006, p. 21).¹¹³

Por fim, embora não tenhamos quantificado, foi percebida uma diminuição na participação dos seriadores na página do grupo no Facebook. Acreditamos que a diminuição da presença de E.C. como catalisadora de ações possa explicar o declínio. Como administradora, E.C. sempre tomou à frente da realização dos encontros presenciais. E se foram frequentes entre dezembro de 2012 e dezembro de 2014, quando foram organizados 15 eventos, no ano de 2015 apenas um evento foi realizado. A seriadora E.C. relatou em entrevista sentir falta dos encontros, e que a falta de tempo, entre estudos e trabalho, a impedia de dedicar-se ao Clube dos Seriadores Anônimos do RN com a mesma frequência dos primeiros anos. O papel exercido por E.C. nos remete à figura de Dorothy Evans, a Dot, dona da livraria que congrega as leitoras estudadas por Janice Radway em *Reading the Romance*. Radway (1987) ressalta o sucesso e reputação indiscutíveis de Dot no cenário dos romances nos Estados Unidos. Os seus clientes regulares escutavam seus conselhos porque acreditavam em suas percepções dos livros. “Todas tinham aprendido a crer em seu julgamento e confiar nela para obter ajuda na escolha de um variado leque de livros de romance” (RADWAY, 1987, p. 49)¹¹⁴. Embora as relações estabelecidas dentro de suas respectivas comunidades sejam diferente (Dot era dona de um empreendimento comercial, enquanto E.C. não extrai qualquer tipo de ganho financeiro do Clube dos Seriadores Anônimos do RN), ambas exercem um papel de liderança, se enquadrando na identidade de fã-curador colocada por Lopes et al (2015), de “pessoas que se tornaram moderadores de comunidades, organizadores de listas de discussão, autores de blogs ou fan pages (...), que atraíram a participação de outros fãs na internet” (LOPES et al, 2015, p.23), destacando a importância deste sujeito que cria e se constitui como um *amateur*, um “amador especialista”.

É importante perceber que a circulação de séries de televisão de natureza assíncrona é um fenômeno recente. O número de programas que são lançados desta forma ainda é

113 Tradução do autor para: (...)it's framed as hyperbole, it's framed as excess; it's framed as an inadequate way of describing what's going on, but the best available word at the time.

114 Tradução do autor para: They had all learned to trust her judgment and to rely on her assistance in choosing a varied array of romance reading material.

pequeno e nem todas as empresas que oferecem conteúdo original sob-demanda seguem o modelo Netflix¹¹⁵. Como a audiência vai interpretar e se adequar a estas novas condições é um processo em construção constante, que ainda precisa ser explorado de forma mais aprofundada. Como afirma Scolari (2009), as consequências sociais e políticas da quebra dos dispositivos de produção de sentido da televisão tradicional devem ser cientificamente investigadas.

115 A empresa Hulu, um empreendimento conjunto entre os canais de televisão norte-americanos FOX, ABC e NBC, vem optando por mesclar os padrões de circulação de suas séries originais, com episódios sendo disponibilizados de uma só vez, semanalmente ou diariamente. Recentement, a própria Netflix resolveu experimentar uma modificação no modelo, disponibilizando os vinte episódios da primeira temporada da série *The Ranch* em duas datas diferentes, com metade dos episódios disponíveis em abril de 2016, e a outra metade a ser lançada em uma data futura.

REFERÊNCIAS

- ANDERSON, Chris. *A Cauda Longa: do Mercado de Massa para o Mercado de Nicho*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- ANG, Ien. *Watching Dallas*. London and New York: Routledge, 1985.
- APPADURAI, Arjun. *Dimensões culturais da globalização*. Lisboa: Teorema, 2004.
- ASKWITH, Ivan D. *Television 2.0: Reconceptualizing TV as an Engagement Medium*. Submitted to the program in Comparative Media Studies in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science in Comparative Media Studies at the Massachusetts Institute of Technology. 2007.
- AYODEJI, Julius. *Marvelization: The Rise of Complex Narratology on the Hollywood Screen*. In: *Avanca Cinema International Conference*, pp. 266-275. 2013.
- BARACHO, Maria Luiza Gonçalves. *Televisão Brasileira: Uma (Re)visão*. In: *Revista de História e Estudos Culturais*. Vol. 4. Ano IV. Nº 2. 2007.
- BARNOUW, Erik. *Tube of Plenty: The Evolution of American Television*. 2nd revised edition. New York Oxford: Oxford University Press. 1990.
- BAUER, Martin W. *Análise de conteúdo clássica: uma revisão*. In: BAUER, Martin W. e GASKELL, George. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes, 2002.
- BEALE, James. *The Strong, Silent Type”: Tony Soprano, Don Draper, and the Construction of the White Male Antihero in Contemporary Television Drama*. Submitted to the Graduate College of Bowling Green State University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts. 2014.
- BOUTET, Marjolaine. *Soixante ans d'histoire des séries télévisées américaines*. *Revue de recherche em civilisation américaine*, 2. 2010.
- BUTCHER, Kasey. *New Beginnings Only Lead to Painful Endings: ‘Undeading’ and Fear of Consequences in Pushing Daisies*. In: AMES, Melissa (Org.). *Time in Television Narrative: Exploring Temporality in Twenty-First-Century Programming*. Jackson: University Press of Mississippi. 2012.
- CARLES. *Friday Night Lights --> 'Better Person' --> Becoming a Man*. Disponível em: <http://www.grantland.com/story/_/id/6780645/friday-night-lights-better-person-becoming-man> Acesso em: 15 out. 2013.
- CURI, Pedro P. *A TV deles: Fãs brasileiros assistindo à programação norte-americana*. In:

Revista Comunicación, Nº 10, Vol.1, pp. 1199-1210. 2012.

DAVIES, Máire Messenger. Television: a creative industry? Who are the storytellers? Conference on 'The Work of Stories' – Massachusetts Institute of Technology. 2005.

DUCA, Lauren e WEINGUS, Leigh. Why Netflix Should Release One Episode of 'OITNB' Per Week. Disponível em: < http://www.huffingtonpost.com/2014/06/10/binge-watching-orange-is-the-new-black_n_5480103.html> Acesso em: 12 abr. 2016.

FECHINE, Yvana. Gêneros televisuais: a dinâmica dos formatos. *Revista Symposium*. Recife: Fasa, n. 1, p. 14-26. 2001.

FISH, Stanley. Interpreting the "Variorum". In: *Critical Inquiry*, Vol. 2, No. 3 (Spring, 1976), pp. 465-485. 1976.

FISKE, John. (1987). *Television culture: popular pleasures and politics*. London and New York: Taylor & Francis e-Library, 2001.

FISKE, John. The Cultural Economy of Fandom. In: LEWIS, Lisa (org.). *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. London: Routledge, 1992.

FLICK, Uwe. *An Introduction to Qualitative Research*. 4th. Sage Publications. 2009.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel e AMARAL, Adriana. *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FREIRE, Rafael de Luna. Dublar ou não dublar: a questão da obrigatoriedade de dublagem de filmes estrangeiros na televisão e no cinema brasileiros. In: *Revista Famecos*. Porto Alegre, v. 21, n. 3, p. 1168-1191, setembro-dezembro 2014.

GAUNTLETT, David e HILL, Annette. *TV Living: television, culture and everyday life*. London and New York: Taylor & Francis e-Library, 2001.

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIMPEL, Gregory. *Five Pressing Issues Shaping the Future of TV & Video*. Disponível em <http://ebusiness.mit.edu/research/papers/2013.05_Gimpel_Five%20Pressing%20Issues%20Shaping%20the%20Future%20of%20TV%20Video.pdf> Acesso em: 15 out. 2013.

GRILLO-MARXUACH, Javier. *Gilding the Small Screen: or, "Is it just me or did TV get good all of a sudden?"* Disponível em: <<https://lareviewofbooks.org/essay/gilding-small-screen-just-tv-get-good-sudden>> 24 set. 2014.

HARALOVICH, Mary Beth e TROSSET, Michael. Expect the Unexpected: Narrative Pleasure and Uncertainty Due to Chance in Survivor. In: International Conference on Television in Transition, Massachusetts Institute of Technology, 2–4 May. 2003. Disponível em: < <http://cmsw.mit.edu/mit3/papers/haralovich.pdf>> Acesso em: 13 abr. 2016.

- HERMES, Joke. *Re-reading Popular Culture*. Blackwell Publishing. 2005.
- HILLS, Matt. *Fan Cultures*. London and New York: Routledge. 2002.
- HOLMES, David. *Blank Frank: How House of Cards lost its magic – and how it can get it back*. Disponível em: <<https://pando.com/2015/03/02/blank-frank-how-house-of-cards-lost-its-magic-and-how-it-can-get-it-back/>> Acesso em: 12 out. 2015.
- JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph. 2009.
- _____. *Fans, bloggers, and gamers: exploring participatory culture*. New York University Press. 2006.
- _____. (1992). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. Updated 20th anniversary ed. Routledge. 2013.
- JENKINS, Henry et al. *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Cambridge and London: The MIT Press, 2009.
- JOHNSON, Steven. *Everything Bas is Good for You: How Today's Popular Culture is Actually Making Us Smarter*. Nova York: Riverhead Books, 2005.
- KOMPARE, Derek, Publishing Flow: DVD Box Sets and the Reconceptation of Television. *Television New Media*. 7: 333. 2006.
- LANG, Brent. *Netflix, Hulu Users Prefer Binging, Study Finds*. Disponível em: <<http://www.thewrap.com/netflix-hulu-users-prefer-binging-study-finds/>> Acesso em: 15 out. 2013.
- LÉVY, Pierre. *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. São Paulo: Edições Loyola, 1998.
- LIN, Carolyn A. Audience Activity and VCR Use. In: DOBROW, Julia R. (org.). *Social and Cultural Aspects of VCR Use*. Psychology Press, 1990.
- LINDLOF, Thomas, R. Media Audiences as Interpretive Communities. In: ANDERSON, James A. (ed.), *Communication Yearbook 11*. Newbury Park: Sage, for the International Communication Association, 81-107, 1988.
- LIPOVETSKY, Gilles. *A Felicidade Paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de et al. Caminhos da ficção entre velhos e novos meios. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; OROZCO, Guillermo. *Qualidades na ficção televisiva e participação transmidiática das audiências: OBITEL 2011*. São Paulo: Globo, 2011.

- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de et al. A autoconstrução do fã: performance e estratégias de fãs de telenovela na internet. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira*. Porto Alegre: Sulina, 2015.
- LOTZ, Amanda. *The television will be revolutionized*. New York and London: New York University Press. 2007.
- LULL, James. The Social Uses of Television. *Human Communication Research*. Vol. 6, No. 3, SPRING 1980.
- MACHADO, Arlindo. *A Televisão Levada a Sério*. 3ª ed. São Paulo: Editora Senac. São Paulo. 2003.
- MARTIN, Brett. *Homens Difíceis: os bastidores do processo criativo de Breaking Bad, Família Soprano, Mad Men e outras séries revolucionárias*. São Paulo: Aleph, 2014.
- MCNAMARA, Mary. *Critic's Notebook: The side effects of binge television*. Disponível em: <<http://articles.latimes.com/2012/jan/15/entertainment/la-ca-netflix-essay-20120115>> Acesso em: 11 out. 2016.
- MILLER, Toby. A Televisão Acabou, a Televisão Virou Coisa do Passado, a Televisão Já Era. In: FREIRE, J (org.). *A TV em Transição: Tendências de Programação no Brasil e no Mundo*. Porto Alegre: Sulina, p. 09-25. 2009.
- MITTELL, Jason. *Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling*. New York University Press. 2015.
- _____. *Genre and television: from cop shows to cartoons in American culture*. Routledge. 2004.
- _____. Narrative Complexity in Contemporary American Television. In: *The Velvet Lighthouse*. Number 58. 2006. p. 29-40.
- MOREIRA, Márcio. Narrativas em série: o conceito de “série” do *pulp* à internet. In: INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Mossoró-RN. 2013.
- MORLEY, David. *Television, Audiences and Cultural Studies*. London: Routledge, 1992
- MULLEN, Megan. *The Rise of Cable Programming in the United States*. Austin: University of Texas Press. 2003.
- Netflix “banaliza a narrativa”, afirma HBO. *Folha de S. Paulo*. 08 jun. 2013, Ilustrada. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/06/1291556-netflix-banaliza-a-narrativa-afirma-hbo.shtml>> Acesso em: 15 out. 2013.
- OROZCO, Guillermo. *Televisión y Audiencias: Un Enfoque Cualitativo*. Madrid, Universidad

Iberoamericana, Ediciones de la Torre, 1996.

OWENS, Craig. The Discourse of Others: Feminists and Postmodernism. In: FOSTER, Hal (Org.). *Postmodern Culture*. London and Sydney: Pluto Press. 1987.

PAGELS, Jim. *Stop Binge-Watching TV*. Disponível em: <http://www.slate.com/blogs/browbeat/2012/07/09/binge_watching_tv_why_you_need_to_stop.html> Acesso em: 15 out. 2013.

PEREIRA, Miguel; ELKAWY, Amer; LEKOV, Andrey e ADHIKARI, Keshab. *Netflix – the new face of the TV industry*. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/277311914_Netflix_-_the_new_face_of_the_TV_industry> may 2015.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Observação participante e pesquisa-ação. In: DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio (orgs.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2009.

POLSON, Elaina. *Is Netflix's On-Demand Approach Worth Sacrificing Social Media Interactions?* Disponível em: <<https://web.archive.org/web/20150921183939/http://www.lenzmarketing.com/blog/2014/02/19/is-netflixs-on-demand-approach-worth-sacrificing-social-media-interactions/#sthash.E7fTRrNY.dpuf>> Acesso em: 12 abr. 2016.

RADWAY, Janice A., *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*. London and New York: Verso. 1987.

RAMOS, Jamile Santos Alves. A recepção da dublagem e da legendagem no Brasil. In: *Revista Vozes dos Vales*. Nº 02 – Ano I. 2012.

RODRIGUES, Sonia. O impacto do formato TV séries sobre o processo criativo do roteirista. *Avanca Conferência Internacional Cinema*. 2015.

RUSHKOFF, Douglas. *Present Shock: when everything happens now*. New York: Penguin. 2013.

SANTOS, Luciene dos. Os Seriados Brasileiros: Tentativas de apontar o lugar do gênero na produção televisual. In: INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – BH/MG. 2 a 6 Set 2003.

SANTOS, Máira Bianchini dos. *'Não é TV': Estratégias comunicacionais da HBO no contexto das redes digitais*. Santa Maria, 2011. 150 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Departamento de Ciências da Comunicação, Universidade Federal de Santa

Maria.

SCHNEIER, Matthew. The Post-Binge-Watching Blues: A Malady of Our Times. *The New York Times*. Disponível em: < http://www.nytimes.com/2015/12/06/fashion/post-binge-watching-blues.html?_r=1> 5 dec. 2015.

SCOLARI, Carlos A. The Grammar of Hypertelevision: An Identikit of Convergence-Age Fiction Television (Or, How Television Simulates New Interactive Media). In: *Journal of Visual Literacy*. 2009. Vol. 28 Issue 1, 28-50.

SEPINWALL, Alan. *The Revolution was Televised. The cops, crooks, slingers and slayers who changed TV drama forever*. [S.l.: s.n.]. 2012.

_____. *Damon Lindelof on 'The Leftovers': 'I'm fighting for the life of the show'* Disponível em: <<http://www.hitfix.com/whats-alan-watching/damon-lindelof-on-the-leftovers-im-fighting-for-the-life-of-the-show>> 6 dez. 2015.

_____. *Why your TV show doesn't have to be a novel: In defense of the episode*. Disponível em: <<http://www.hitfix.com/whats-alan-watching/why-your-tv-show-doesnt-have-to-be-a-novel-in-defense-of-the-episode>> 24 nov. 2015.

SHIRKY, Clay. *A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SILVA, M. V. B. Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. *Galaxia* (São Paulo, Online), n. 27, p. 241-252, jun. 2014a.

_____. Arrested Development e o futuro das séries (de tevê). *Revista Novos Olhares*. Vol.3, n.1, 2014b.

SILVERSOTNE, Roger. *Por que estudar mídia?* São Paulo: Edições Loyola, 2002.

SODANO, Todd M. Television's Paradigm (Time)shift: Production and Consumption Practices in the Post-Network Era. In: AMES, Melissa (Org.). *Time in Television Narrative: Exploring Temporality in Twenty-First-Century Programming*. Jackson: University Press of Mississippi. 2012.

THOMPSON, Kristin. *Storytelling in film and television*. Cambridge and London: Harvard University Press, 2003.

THOMPSON, Robert J. *Television's Second Golden Age: From Hill Street Blues to ER*. Syracuse Univ Pr. 1997.

TRAVANCAS, Isabel. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In: DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio (orgs.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2009.

VANDERWERFF, Todd. *Bloodline shows what's wrong with most of Netflix's original series*. Disponível em: < <http://www.vox.com/2015/3/23/8276029/bloodline-review-netflix>> Acesso em: 12 abr. 2016.

_____. *Netflix is accidentally inventing a new art form – not quite TV and not quite film*. Disponível em: < <http://www.vox.com/2015/7/29/9061833/netflix-binge-new-artform>> Acesso em: 12 abr. 2016.

_____. *There will be more than 400 scripted TV series this year. That bubble's bound to burst*. Disponível em: < <http://www.vox.com/2015/9/14/9301867/peak-tv>> Acesso em: 12 abr. 2016.

WILLIAMS, Raymond. (1974). *Television: Technology and cultural form*. London and New York: Taylor & Francis e-Library, 2004.

_____. *Cultura*. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 1992.

WITTEBOLS, James H. *The Soap Opera Paradigm: Television Programming and Corporate Priorities*. Rowman & Littlefield Publishers, Inc. 2004.

ANEXOS

Roteiro de Entrevista Narrativa Episódica

Pertencimento

1. Como você relataria sua infância?
2. Me fale sobre o local onde mora hoje em dia.
3. Narre um final de semana ideal para você.
4. Sobre a sua rotina, narre um dia típico da sua vida.

Relação do informante com seriados

1. Você consegue relatar qual a sua primeira experiência acompanhando um seriado de televisão?
2. Que significado os seriados possuem em sua vida?
3. E como os seriados fazem parte da sua vida atualmente?
4. Você poderia detalhar um dia típico que envolva o seu envolvimento (assistência, reflexão, discussão, etc) com seriados.

Rotinas e funcionamento da comunidade

1. O que é ser um seriador?
2. O que a comunidade (Clube dos Seriadores Anônimos) representa para você?
3. De que formas você prefere participar na comunidade?
4. E como você acha que a comunidade faz parte da sua experiência assistindo os seriados?
5. Você pode citar um caso em que a comunidade tornou sua experiência com um seriado mais gratificante?
6. Já sentiu-se excluído de alguma conversa ou momento da comunidade? Como?

Netflix e Séries Assíncronicas

1. O que é o Netflix para você?
2. Qual foi a sua primeira experiência com o Netflix?
3. Qual o primeiro seriado original Netflix que assistiu? Como foi a experiência?

4. Compare as experiência em assistir um seriado Netflix versus uma série que está sendo exibida na televisão.
5. Você acredita que o seriado X (inserir aqui nome de série Netflix assistida pelo informante) é debatida ou comentada de forma diferente pela comunidade? Por quê?