Formatos de Ficção Seriada Televisual: Tradições e Perspectivas[1]

Adriana Pierre COCA[2]
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

Alexandre Tadeu dos SANTOS[3]
Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

Resumo

O presente artigo discute a reconfiguração dos formatos televisuais da ficção seriada e o surgimento de outros, a exemplo das webséries. Nossa principal inquietação parte da presmissa que: a linguagem da TV, no que tange as narrativas ficcionais, vem apresentando novas perspectivas que se aproximam, cada vez mais, a uma hibridação de formatos com as chamadas "novas mídias", sobretudo, a produção de vídeos para a internet. A metodologia adotada para a reflexão foi o tensionamento de autores que pensam o audiovisual como (BALOGH; ECO; PALLOTTINI; MACHADO) e a análise de alguns formatos de ficção seriada contemporâneos.

Palavras-chave: Formatos Televisuais; Ficção Seriada; Televisão, Novas Mídias, Websérie.

Introdução: a televisão e o diálogo com as "novas mídias"

A comunicação é o cerne da sociedade contemporânea, que se movimenta e interage por meio de diferentes telas. A televisão é uma dessas telas, uma mídia tradicional desafiada a se reconfigurar para se relacionar de forma mais efetiva com as novas tecnologias de comunicação.

Com o avanço da internet, sobretudo o advento das redes sociais, como o *facebook* e o *twitter*, e o surgimento das tecnologias que possibilitaram o desenvolvimento da chamada web 2.0 que permite ao usuário alimentar e interferir na rede das redes, produzindo conteúdos e os exibindo em plataformas como YouTube e Vimeo, a televisão foi obrigada a realizar estratégias casadas com outras mídias de maneira mais intensa, um reflexo do momento de profundas transformações socioculturais que alguns pesquisadores nomeiam cultura digital, outros cibercultura. Santaella (2003) considera o rápido desenvolvimento da multimídia um dos aspectos mais significativos da evolução digital, porque a multimídia

[1] Trabalho apresentado no GP Ficção Seriada, XIV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2] Bolsista CAPES/DS. Doutoranda da UFRGS (Universidade Federal do Rio Grande do Sul) em Comunicação e Informação, na linha de pesquisa Cultura e Significação. Mestra em Comunicação e Linguagens pela UTP (Universidade Tuiuti do Paraná). Especialista em Técnicas e Teorias da Comunicação pela Cásper Líbero. E-mail: pierrecoca@hotmail.com

[3] Professor da UFG (Universidade Federal de Goiás) do curso de Publicidade e Propaganda. Doutor em Ciências da Comunicação pela USP. Mestre em Comunicação e Linguagens pela UTP (Universidade Tuiuti do Paraná). E-mail: alexandresantos5@terra.com.br

une as principais formas de comunicação: a escrita, a audiovisual, as telecomunicações e a informática. A internet é multimídia e a principal representante das chamadas "novas mídias".

Nas palavras de Lev Manovich,

> (...) as novas mídias são objetos culturais que usam a tecnologia computacional digital para distribuição e exposição. Portanto, a internet, os sites, a multimídia de computadores, os jogos de computadores, os CD-ROMs e o DVD, a realidade virtual e os efeitos especiais gerados por computador enquadram-se todos nas novas mídias (2005, p. 27).

Manovich (2005) diferencia cibercultura e "novas mídias", aqui entre aspas por já não serem tão novas assim, e também pela falta de um termo mais adequado para a explicitação. Para o autor, a cibercultura se preocupa com o estudo dos vários fenômenos sociais ligados à internet e outras novas formas de comunicação em rede, ou seja, não trabalha diretamente com os objetos culturais, isso fica sob o domínio das "novas mídias". "Resumindo: a cibercultura concentra-se no social e na rede, as novas mídias concentram-se no cultural e na computação." (*Idem*). André Lemos associa o nascimento da cibercultura aos "impactos socioculturais da microinformática" (LEMOS, 2011, p. 101) nos anos 1970. Na esteira das transformações surgidas desde então, a televisão passou a oferecer outras possibilidades aos telespectadores, por exemplo, a multiplicação nos modos de acessibilidade, possível a partir do diálogo com as "novas mídias". Os programas de TV, por exemplo, podem ser acompanhados nas telas reduzidas dos celulares. Mais do que isso, análises do fenômeno Segunda Tela (*second screen*) ou *Social TV*, que acontece quando os usuários das redes sociais assistem à TV ao mesmo tempo em que usam a internet, apontam que mais de 70% dos internautas brasileiros têm essa prática, veem televisão enquanto interagem com *tablets*, *smartphones*, *notebooks* ou *desktops* (computadores de mesa)[4].

Portanto, a TV, além de não desaparecer com as aceleradas transformações provocadas pela era digital, tampouco dá sinais de um futuro sombrio nos próximos tempos.

[4] A pesquisa *Social TV* foi realizada pelo Instituto IBOPE Nielsen, em 13 regiões metropolitanas brasileiras, com pessoas com 10 anos ou mais de idade, entre os dias 13 e 29 de fevereiro de 2012. Disponível em: <http://convergecom.com.br/tiinside/webinside/08/05/2013/especialista-explica-o-fenomeno-da-segunda-tela-video/> Acesso em: 16.05.2013 às 09h12. Registra-se ainda que o número de usuários da internet no Brasil é de 102, 3 milhões, segundo dados do IBOPE Media divulgados em julho de 2013. Disponível em: <http://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2013/07/10/numero-de-internautas-no-brasil-ultrapassa-100-milhoes-segundo-ibope.htm Acesso em: 10/09/2013 às 20h53>. O termo *Social TV* aparece nos textos dos autores Mike Proulx e Stacey Shepatin (2012) no livro *Social TV: How Marketers Can Reach and Engage Audiences by Connecting Television to the WEB, Social Media and Mobile.* Para obter informações mais completas, consulte: COCA, Adriana; MENDONÇA, Bruno. *Segunda Tela: a internet pervasiva como extensão dos conteúdos televisuais*. Disponível em: < http://www.ppgmidiaecotidiano.uff.br/ojs/index.php/Midecot/article/view/78>.

Para tanto, também precisou se adaptar as novas exigências de mercado, de público, ou seja, culturais e se adequar ao espírito do nosso tempo.

Entende-se que a passagem de uma era cultural para outra não é linear, elas se sobrepõem "criando tecidos culturais híbridos e cada vez mais densos." (SANTAELLA, 2003, p. 81). Segundo Santaella (2003), são seis eras culturais bem definidas: oral, escrita, impressa, de massas, das mídias e digital. A sobreposição a que se refere a autora pode ser vista como a convergência dos meios, que não é recente. No entanto, a sobreposição entre as linguagens nunca foi tão veloz e acentuada. "En realidade, la convergencia siempre ha sido essencial a la evalución y al proceso mediamórfico." [5] (FIDLER, 1997, p. 63). Roger Fidler (1997) chama de midiamorfose o processo de transformação de um meio, quando um novo nasce e ambos se influenciam, o meio antigo passa a evoluir de outra forma para não morrer. No momento da sua origem, essa mídia, que depois de algum tempo ganha ares de ultrapassada, sinaliza na verdade uma intensa transformação.

Para compreender os desdobramentos que antecederam a atual lógica da convergência midiática, recorremos a Arlindo Machado para traçar um breve histórico sobre a convergência e a divergência das artes e dos meios. Arlindo Machado (2010) usa a metáfora dos círculos com núcleos duros para pensarmos as especificidades de cada linguagem e suporte. Entre as décadas de 1950 e 1980, era muito mais fácil discernir cada meio "em função da sua especificidade" (MACHADO, 2010, p. 60). Nessa época, não havia, de maneira evidente, a troca de experiências entre os produtores de cinema, vídeo, TV e fotografia, embora a aproximação entre as linguagens seja inegável desde os primórdios de cada uma delas. No fim dos anos 1980, já chegava o momento em que se tornava impossível não assumir o fato de que culturas e linguagens se mesclam e que "(...) os processos de hibridização podem favorecer uma convivência mais pacífica entre as diferenças." (*Idem*, p. 64).

Desse período em diante, exemplos nas artes e nos meios de comunicação[6] começaram a dar sinais de uma convivência pacífica, a ponto de alguns conteúdos apresentarem um tipo de hibridização que torna quase indissociável a distinção entre linguagens e suportes. Arlindo Machado, no livro *Pré-cinemas & pós-cinemas*, usa a expressão "mestiçagem das imagens" (MACHADO, 2011, p. 216) para falar do processo de

[5] Na realidade, a convergência sempre foi essencial à evolução e ao processo midiamórfico. (Tradução livre dos autores do original).
[6] São exemplos de conteúdos híbridos: os vídeos de Zbigniew Rybczynski e David Larcher; os filmes e programas de TV de Jean Luc-Godard. E, mais recentemente (2009), a arte produzida por Giselle Beiguelman e Maurício Fleury, sobretudo o trabalho intitulado *Suíte 4 Mobile tags* (MACHADO, 2009; SANTAELLA, 2010).

configuração híbrida que envolve um fluxo de imagens sobrepostas que exige do receptor reflexos rápidos para apreender as conexões. "As imagens são compostas agora com base em fontes as mais diversas: parte é fotografia, parte é desenho, parte é vídeo, parte é texto produzido por geradores de caracteres e parte é modelo gerado em computador." (*Idem).*

É a partir deste contexto que partem nossas observações sobre as remodelações nos diferentes formatos de ficção seriada na televisão. Lançamos um olhar atento aos formatos que estão emergindo, em particular as webséries, no diálogo que começou a ser estabelecido na contemporaneidade entre a televisão e as outras mídias, sobretudo, a relação com a internet e como isso vem impactando a remodelação nos modos de contar histórias de ficção.

Isto posto delineamos deste ponto em diante um breve retrocesso na história das narrativas ficcionais, para depois ser possível compreendermos como estão se configurando as transformações na atualidade.

Tradições: as marcas do folhetim

O folhetim foi o primeiro gênero de massa da narrativa de ficção seriada escrita. Começou a ser publicado nos jornais franceses em 1830, ocupava a primeira página do jornal, como nota de rodapé. Em 1836, os jornais passam a funcionar comercialmente e a ter anúncios, que eram cobrados por palavras, época em que os jornais parisienses *La Presse* e *Le Siècle* dão início "à publicação de narrativas escritas por novelistas da moda." (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 177); narrativas que logo depois começaram a ser publicadas no espaço que era do folhetim e, por isso, as histórias foram batizadas com esse nome.[7]

As histórias fragmentadas, contadas em capítulos, que assistimos hoje na televisão têm, portanto, a gênese do seu formato nos jornais do século XIX, com os folhetins. Mas não só. "Os formatos ficcionais da TV são herdeiros de um vasto caudal de formas narrativas e dramatúrgicas prévias: a narrativa oral, a literária, a radiofônica, a teatral, a pictórica, a fílmica e a mítica, entre outras." (BALOGH, 2002, p. 32). Porém, não cabe a esta reflexão destrinchar cada uma dessas heranças.

Cumpre desvelar apenas que o primeiro modelo de narrativa seriada audiovisual foi oferecido pelo cinema, por volta de 1913, quando surgem as primeiras experiências de

[7] O primeiro folhetim foi *Lazarillo de Tornes*, publicado em agosto de 1836, no jornal *Le Siècle*. Em outubro do mesmo ano, o jornal *La Presse* inicia a publicação de um texto de Honoré de Balzac como romance-folhetim. Mas atribui-se que o primeiro romance-folhetim escrito para esse fim foi *As memórias do diabo*, de Frédéric Soulié, publicado em setembro de 1837, no jornal *Journal des débats* (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 177).

serialização, posteriormente incorporadas pela televisão. A maioria das salas de cinema nessa época era ainda os antigos *nickelodeons*, que exibiam filmes curtos, o público assistia em pé ou acomodado em bancos de madeira desconfortáveis. Os longas-metragens (*feature films*) exibidos nos salões de cinema eram pouco acessíveis ao grande público, mas podiam ser vistos por esse público na periferia, em partes, nos *nickelodeons*[8]. O que nos primórdios do cinema parecia certo amadorismo, com a televisão "ganharia expressão industrial e forma significante." (MACHADO, 2010, p. 87). É fato que razões intrínsecas à natureza televisual devem ser consideradas. A audiência da televisão é dispersa e o enunciado televisual deve ser capaz de solicitar o telespectador para si. Isso justifica o porquê de a televisão adotar a serialização como uma das suas principais formas de estruturação, o que implica conceber um padrão que se repete, com variações maiores ou menores, assim como acontece na produção industrial. Logo, "chamamos de *serialidade* essa apresentação *descontínua* e *fragmentada* do sintagma televisual." (MACHADO, 2010, p. 83, grifo do autor).

Em função disso, a repetição se torna fundamental na organização das mensagens televisuais, é um princípio organizativo. É necessário na televisão reiterar ideias, personagens, histórias, ter uma programação recorrente, retomar as narrativas ficcionais recapitulando entrechos deixados em aberto. Deve-se ter em mente que repetição não é redundância. Tal noção pode levar a crer que, por conta dessas condições, a televisão não permite criar nada de original, só que é possível, como supõe Arlindo Machado, que sugere como a serialização pode ser construída nesse processo:

> A riqueza da serialização televisual está, portanto, em fazer dos processos de fragmentação e embaralhamento da narrativa uma busca de modelos de organização que sejam não apenas mais complexos, mas também menos previsíveis e mais abertos ao papel ordenador do acaso (2010, p. 97).

Foi a serialização que impôs à televisão uma das suas principais técnicas narrativas: a existência de ganchos, herdada do gênero literário folhetim, que se perpetuou nas narrativas ficcionais televisuais. Os ganchos são informações impactantes que ficam sem respostas, que só serão dadas no próximo episódio ou capítulo. Uma suspensão do sentido narrativo, capaz de segurar a tensão, que deve ser retomada na sequência do relato da história. A função do gancho narrativo é criar expectativa. "Trata-se de inventar um meio, mais ou menos nobre, de fazer com que o espectador volte a procurar o capítulo do dia

[8] São séries cinematográficas *Fantômas* (1913), de Louis Feuillade e *The perils of Pauline* (1914), de Louis Garsnier (MACHADO, 2010).

seguinte – como, outrora, a dona de casa ia, em busca da sequência do folhetim, no jornal ou no fascículo." (PALLOTTINI, 2012, p. 103).

As minisséries funcionam como mininovelas, e assim são exatamente por conta da aproximação ao formato telenovela que, não por mera coincidência, é conhecida como folhetim eletrônico.

Todas as histórias de ficção escritas para televisão fazem parte do gênero teledramaturgia, que compreende diferentes formatos. Os principais são:

(1) A **telenovela**, caracterizada por ser uma narrativa de longa duração, com cerca de 200 capítulos estruturados com ganchos narrativos. Apresenta núcleos dramáticos que comportam, além dos protagonistas, as personagens secundárias e é uma obra aberta, que é produzida enquanto vai ao ar. Esse tipo de narrativa, geralmente, se estrutura a partir do tipo teleológico, que Arlindo Machado (2010) atribui a narrativas que estabelecem logo no início da trama um conflito matriz e toda a evolução dos acontecimentos visa reestabelecer o desequilíbrio instalado por esse conflito de base, às vezes, só resolvido nos capítulos finais.

(2) **Sitcom**, abreviatura do inglês *situation comedy* ou comédia de situação, é um formato ficcional que teve sua origem na televisão estadunidense na década de 1950. Caracterizada por uma forma narrativa encenada para um auditório (presente ou presumido), utiliza poucos cenários e um elenco fixo que satiriza situações cotidianas. O espectador, quando presente, interage com as cenas através dos aplausos e risadas ou, quando não é mostrado, as risadas (clacs) são inseridas na trama, tal recurso é uma marca registrada do formato. No Brasil, os programas *Sai de Baixo* (Globo, 1996-2002) e *Toma lá da cá* (Globo, 2007-2009) são exemplos desse formato.

(3) Os **seriados** são divididos em temporadas, apresentam um núcleo de personagens fixas e eventualmente há as personagens convidadas. Os seriados distinguem-se dos demais formatos por terem episódios autônomos, enredos que se resolvem no mesmo dia em que são exibidos (PALLOTTINI, 2012). O período de cada temporada respeita uma regra que leva em consideração o número de semanas do ano, que são 52. Logo, seis meses são 26 semanas, por isso, geralmente, uma temporada tem 13 episódios, o que corresponde a três meses, tempo suficiente para obter um parâmetro com os resultados da audiência, é o que normalmente dita as regras do mercado televisual.

(4) As **séries**, ao contrário dos **seriados**, não apresentam episódios autônomos. Sua estrutura narrativa é pensada de modo a construir ganchos ao final de cada episódio.

Responsáveis pela manutenção do suspense, tais ganchos estimularão a audiência acompanhar a trama no próximo episódio ou na próxima temporada. As séries representam para os Estados Unidos o que a telenovela representa para o Brasil em termos de importância narrativa e volume de produção. É curioso notar que quando uma série é importada para ser exibida no Brasil na televisão aberta, geralmente ela é exibida diariamente e não semanalmente como acontece nos Estados Unidos. Isso acontece, talvez, pelo hábito do espectador brasileiro acompanhar diariamente a telenovela brasileira. São exemplos desse formato: *Lost* (ABC, 2005-2010), *The walking Dead* (AMC- 2010-2014) e *Breaking Bad* (AMC, 2008-2013) e no Brasil, A *Teia* (Globo, 2014) e *O Caçador* (Globo, 2014), essas últimas são exemplos de produções recentes e exibidas uma vez por semana, algo raro no Brasil e para a TV Globo, especialista na produção de novelas e seriados.

Não raro, os termos *série* e *seriado* geram confusões não apenas entre os espectadores, mas também entre os roteiristas e produtores da indústria televisual. Isso se explica, em parte, pela chamada construção de *narrativa complexa* (Mittell, 2006), observada nos últimos anos principalmente nas produções estadunidenses das últimas duas décadas, nas quais é possível observar combinações entre estruturas narrativas episódicas (em inglês, *serie*) que prevêem o desenvolvimento de um plot no episódio com começo, meio e fim e narrativas que prevêem uma continuação (em inglês, *serial*). Nessa perspectiva:

> A complexificação das tramas opera em dimensões que mesclam duas formas básicas de serialização, a serial e a série. O serial (que, no Brasil, corresponderia a nossa série) possui estrutura diegética composta por arcos dramáticos que atravessam diversos episódios até uma conclusão. É a forma que predomina, por exemplo, nas telenovelas. Já a forma serial tipicamente americana possui, geralmente, os limites do arco dramático ao longo de uma temporada anual. Já a série (que corresponderia ao nosso seriado) é a forma em que os arcos dramáticos têm o limite do episódio, ou seja, os conflitos têm início e fim no mesmo episódio (seria o caso de *Tapas e Beijos*, *A grande família*, *Louco por elas*, apenas para citar algumas séries brasileiras da atualidade) (MUNGIOLI, 2012, p.6).

(5) Os **unitários** são os programas especiais, que vão ao ar isoladamente, em finais de ano ou ocasiões comemorativas. A ressalva é que, mesmo sendo exibido de uma única vez, ainda assim mantém o padrão da serialidade, já que é uma narrativa fragmentada, por conta da interrupção para a exibição dos intervalos comerciais.

(6) A **minissérie** é dividida em capítulos e não episódios, segundo Pallottini. Assim como as telenovelas, deixam ganchos de um capítulo para o outro. Naturalmente, o telespectador necessita da compreensão de todos os capítulos para que possa ter a totalidade

da história. "A minissérie é uma ficção televisiva que se fecha, clausurando totalmente a história." (PALLOTTINI, 2002, p. 48). O número de capítulos pode variar. Nas duas primeiras décadas de exibição do formato, as minisséries giravam em torno de 20 a 30 capítulos, hoje são recorrentes as microsséries, que vão ao ar com menos de 10 capítulos.

Não obstante, há ainda um formato intermediário entre as telenovelas e as minisséries. A TV Globo, desde 2011, tem um novo horário destinado à exibição de narrativas ficcionais, por volta das 11 horas da noite. Se for considerado o número de capítulos, em torno de 60, a novela das 11 da TV Globo se enquadra no formato macrossérie. Só que a trama que vai ao ar privilegia toda a estrutura narrativa que vem das telenovelas, inclusive, se constitui como uma obra aberta, ao contrário das minisséries, que geralmente são obras fechadas, ou seja, são finalizadas antes de serem exibidas. Deve-se considerar também que as três obras colocadas no ar, até então, nesse horário, são *remakes* de telenovelas anteriores. Logo, se constituem mesmo como telenovelas do horário das 11 da noite[9].

Contudo, não é só o número de capítulos ou episódios e o fato de ser uma obra fechada ou aberta que distinguem os formatos televisuais. É também o tempo destinado aos bastidores da produção, geralmente mais extenso no caso das minisséries, a preparação diferenciada dos atores, os custos envolvidos e o espaço na grade de programação da emissora. Algumas dessas condições são mais favoráveis às minisséries porque esse formato se distancia, em certa medida, da produção industrial imposta às telenovelas diárias e aos seriados semanais, por exemplo. Desse modo, as minisséries estão mais abertas às experimentações, para as quais Balogh está atenta:

> Dentro do conjunto de formatos televisuais há diferenças ponderáveis e cabe à minissérie, formato privilegiado em termos de roteiro e elaboração em geral, a primazia no tocante à artisticidade; seria, em princípio, diversamente dos seriados e novelas, com uma tendência muito maior ao aproveitamento de fórmulas e esquemas (2002, p. 37).

Assim sendo, as narrativas ficcionais mais recorrentes, como as telenovelas e os seriados semanais, atendem a uma demanda de mercado que se respalda em uma experiência já testada, que atinge um público que se construiu como um telespectador-

[9] O *remake* que inaugurou o horário das 11 das telenovelas globais foi *O Astro*, escrita por Janete Clair na primeira versão de 1977/1978 e por Alcides Nogueira e Geraldo Carneiro, em 2011. A novela *O Astro* foi produzida em comemoração aos 60 anos de teledramaturgia no Brasil. No ano seguinte, o *remake* de *Gabriela*, inspirada no romance do escritor baiano Jorge Amado ocupou a mesma faixa horária na grade de programação da emissora. *Gabriela* havia sido produzida pela TV Globo também em 1975, quando foi escrita por Walter George Durst. Há ainda uma versão pouco conhecida de 1961, que foi ao ar pela TV Tupi. Em 2013, outra telenovela que marcou época, *Saramandaia*, do autor Dias Gomes, teve o *remake* exibido às 11 da noite na TV Globo, o texto foi escrito por Ricardo Linhares.

modelo, uma associação ao leitor-modelo, assim chamado por Umberto Eco (1989). Um telespectador-modelo que também está tomando novos contornos diante das aceleradas transformações advindas com a era digital, mudanças que consequentemente vão trazendo novas adequações aos tradicionais formatos da ficção seriada televisual delineados acima.

Segue-se então, com a discussão sobre as inovações formais que vem tomando conta da TV na contemporaneidade.

Aproximações e Perspectivas

Somos cônscios das aproximações da linguagem televisual com outras linguagens, sobretudo o cinema.[10] Como foi dito acima, nesse momento a TV vem experimentando momentos de profunda transformação formal, no que tange as narrativas ficcionais e nossa reflexão suscita apontar como vem se desenvolvendo esse diálogo com as novas formas de visibilidades surgidas com a internet. Destacamos alguns exemplos que nos fazem refletir sobre as perspectivas que estão surgindo, não as consideramos tendências, são ações concretas que já fazem parte (talvez, ainda, não de maneira recorrente) das produções ficcionais.

Na TV aberta, aponta-se um dos primeiros episódios da última temporada de *A grande família*, seriado semanal da TV Globo, no ar há 13 anos. No programa que foi exibido no dia 17 de abril de 2014, o título já sinaliza a influência da linguagem da internet no seriado, o episódio *O melhor homem do mundo #sqn* teve como plot central o vídeo gravado para ser uma biografia da personagem Agostinho (Pedro Cardoso), que no dia seguinte faria um exame de médico e achava que podia morrer. A grande inovação ao formato e entende-se que uma proposta ousada por se tratar de um programa tradicional na TV brasileira foi o episódio todo ser rodado sob o ponto de vista da câmera que estava sendo manipulada ora pela personagem Paulão (Evandro Mesquita), ora por Tuco (Mauro Mendonça Filho). Há situações em que a câmera fica parada e a personagem Lineu (Marco Nanini) se dirige diretamente para o telespectador. A semelhança estético-formal com materiais que ocupam os mais variados videologs[11], como vistos no canal de vídeos Youtube, não é mera coincidência, sinaliza como a televisão vem mudando o modo de

[10] Para informações sobre as aproximações entre cinema e televisão de meados da década de 90 até hoje, acesse: ROSSINI, Miriam. Reconfigurações do Mercado Audiovisual Brasileiro Contemporâneo: o filme Carandiru e a narrativa transmidiática. Artigo apresentado no XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba/PR de 04 a 07 de setembro de 2009. Disponível em: < http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2869-1.pdf> Acesso em: 19/04/2014 às 14h20.

[11] Videologs ou simplesmente Vlog é uma abreviação de Weblogs, são sites que tem como principais conteúdos vídeos das mais variadas naturezas.

contar histórias buscando efeitos do real que hoje fazem parte das experiências vividas desses telespectadores.

No canal fechado TNT outro seriado descontrói o formato tradicional de exibição. O seriado *Latitudes* (TNT, 2013) foi articulado para ir ao ar em diferentes formatos, proporcionando uma experiência inédita entre: a TV, a internet e o cinema. *Latitudes* foi ao ar em oito episódios pelo canal a cabo TNT (22 min.) e simultaneamente na internet no canal de vídeos YouTube (12 min.). Em *Latitudes* a expansão da narrativa ficcional, normalmente realizada da TV para a internet se inverteu, foi a televisão que ofereceu uma versão estendida da narrativa, já que o seriado estreiou primeiro no YouTube.

Nesse contexto, a produção audiovisual contemporânea tem encontrado em plataformas como o YouTube um precioso espaço de exposição e distribuição de conteúdos gerados por usuários ou pelas mídias tradicionais. Sem dúvida, o YouTube é um dos principais protagonistas das transformações nas formas de compartilhar conteúdos audiovisuais na perspectiva das novas mídias.

Assim exposto, as chamadas novas mídias estão possibilitando a exploração de outras configurações narrativas. Dentre as perspectivas, destacamos uma experiência que tem se consagrado como um novo formato audiovisual: a websérie. De caráter híbrido, as webséries surgem de uma necessidade da narrativa ficcional de combinar elementos tradicionais das séries de televisão com a internet. Esse formato híbrido é composto por web episódios com um a vinte minutos de duração postados em sites de hospedagem, como o YouTube e o Vimeo, e divulgados por sites próprios ou pelas redes sociais. As webséries podem ser produzidas pela indústria cinematográfica e televisual por meios de estratégias de transmidia storytelling ou produções independentes realizadas por usuários que fazem uso de tecnologias de gravação de imagens diversas, como câmeras de vídeo, câmeras fotográficas que gravam imagens em movimento, webcams, celulares e ipads, entre outras. Fruto das tecnologias da era digital, a websérie é um formato audiovisual cada vez mais utilizado por grandes corporações profissionais como estratégia de divulgação de seus produtos ou como forma de extensão de narrativas transmídias. Entre a primeira e segunda temporadas da *The Walking Dead*, por exemplo, foram produzidos seis web episódios contando a história paralela de Hannah (Melissa Cowan), uma personagem figurante, que apareceu no primeiro episódio da temporada como uma zumbi rastejando no chão. Sua aparência, completamente desfigurada e sem as pernas, certamente causou desconforto nos espectadores e um certo grau de curiosidade acerca desta personagem. A série de TV não

revelou qualquer informação sobre quem era esta zumbi e como se transformou. De outra parte, na websérie, a personagem figurante é transformada em protagonista e o foco da trama é esclarecer como a personagem fora contaminada, ao mesmo tempo, que é oferecido ao espectador a exploração narrativa de um outro tempo e espaço da narrativa revelando, a partir de outros ângulos, o que teria ocorrido na cidade momentos antes do choque de uma nova realidade epidêmica e apocalíptica. Outro exemplo de websérie de sucesso produzida pela indústria audiovisual é *Mortal Kombat: Legacy* lançada em 2011 com o objetivo de promover o videogame Mortal Kombat 9 criado a partir de personagens já consagradas anteriormente na televisão e no cinema.

No Brasil, destacamos a websérie *Os Buchas* (2009), produzida pela Oi TV e exibida pela Multishow e pela internet, uma das pioneiras no formato e na experiência de combinar a exibição na televisão tradicional e nas redes sociais. Segundo a sinopse "'Os Buchas' mostra de forma leve e bem-humorada o jovem homem contemporâneo, desconstruindo sua imagem de machão infalível. Na série, sempre existe uma mulher que fará um homem agir como um 'bucha', gíria carioca para homem inseguro, oposto do conquistador, do macho alfa".[12] Esta foi uma experiência frutífera, tanto é, que o canal a cabo Multishow resolveu produzir várias websséries de exibição exclusiva na internet. Intitulado de *Multi Show exclusivo na web*, a emissora já produziu as websséries: *Conectados*, *Minha Vida sem roteiro* e *I Love my nerd*, entre outras[13].

Outro aspecto a ser abordado é a possibilidade de produção de websséries por usuários. Tratam-se das produções independentes. Se antes da era digital, a produção de audiovisual se demonstrava restrita em função dos altos custos de equipamentos de capitação de imagens e edição, hoje as possibilidades de produção são inúmeras. É o caso da websérie brasileira *Ana & Cézar* (2010) que conta a história de um casal que decide morar junto e descobre as dificuldades e aventuras da vida a dois. Além de ser veiculada no YouTube, a websérie contava com um site próprio para divulgação. Nas palavras dos produtores: as "websséries são um novo formato de seriados de ficção, que tem se popularizado nos últimos anos. Em vez de serem exibidos na televisão (ou nos cinemas, como já foram várias décadas atrás), os episódios são disponibilizados na internet em intervalos regulares, e aí você pode assistir no horário que lhe parecer melhor! Você pode ver quantas vezes quiser, de trás pra frente, de cabeça pra baixo; a imaginação é o

[12] Disponível em: http://multishow.globo.com/programas/os-buchas/ acesso 19/06/2014.
[13] Ver: http://multishow.globo.com/webseries/#tema=

limite".[14] Diferente das séries tradicionais que têm um tempo de arte médio de 45 minutos e exibidos prevendo intervalos comerciais, as webséries, conforme já afirmado anteriormente, têm duração média de 5 minutos, podendo chegar a 20 minutos. Geralmente são produções de baixo custo, com escassa produção de elenco, figurinos e cenários, mas não deixam de ser bem escritos, dirigidos e finalizados. É o caso da produção independente *A Gente Faz Séries* que se apresenta como "um canal na internet com o propósito de servir como plataforma de lançamento para novos talentos. Com produções originais de independentes. Nossas séries variam entre comédias e dramas e são totalmente voltadas ao público jovem." [15] Até o momento, o grupo já produziu as webséries: *Crises inúteis* (3 temporadas), *República.Doc* (2 temporadas), *A vida de mel* (2 temporadas), *Turn Off* (uma temporada), *Serviços gerais* (uma temporada), *Um Cara Normal* (uma temporada) e em 2014 estrearam *Tem que Valer* e *Vizinhos*. Em dois anos de produção este canal do YouTube já conseguiu mais de dois milhões de visualizações e mais de 27 mil inscritos constiuindo-se, segundo afirmação dos próprios produtores " o grupo de produção independente que mais produz webséries no Brasil" [16].

Considerações Finais

Inaugurada na era cultural das massas (SANTAELLA, 2003), a televisão teve seu auge de popularidade na era das mídias e agora na era digital enfrenta o desafio de se reinventar e dialogar com as novas mídias. E isso já está acontecendo. Uma nova geração de autores, produtores e diretores têm cada vez mais concentrado esforços em criar estratégias narrativas para se comunicar com os espectadores que já são ou estão a se transformar em usuários (JENKINS, 2009). Exemplos na televisão não faltam, além das webséries criadas como estratégias de transmidia storytelling como na série estadunidense *The Walking Dead*, no Brasil, as telenovelas estão experimentando a potencialidade narrativa das novas mídias, criando estratégias transmidiáticas afim de se comunicar com os espectadores-usuários. Em comparação as séries norte-americanas, as telenovelas brasileiras, ao nosso ver, apresentam estratégias narrativas em outras plataformas de maneira tímida não explorando a potencialidade transmidiática de suas histórias. Exemplo disso é a novela *Geração Brasil* (Globo, 2014) cujo plot principal são as novas tecnologias digitais. Jonas Marra (Murilo Benício) dono de império de tecnologia digital é apresentado

[14] Disponível em: http://www.anaecezar.com/index.html acesso 19/06/2014.
[15] Ver: http://www.youtube.com/user/agentefazseries acesso: 20/06/2014.
[16] Ver: http://www.youtube.com/watch?v=FrcQJZDchOE acesso: 20/06/2014.

como o Steve Jobs brasileiro. Ele lança na fictícia emissora Parker TV um *reality show* para selecionar o novo Jonas Marra no Brasil. Sem dúvida é um roteiro bastante interessante que possibilita construções narrativas para muito além da tradicional televisão. Na ficção, os primeiros dez hackers que conseguirem invadir o sistema da empresa através de um jogo virtual *Marra Town* terão sua vaga garantida no *reality*. O site www.concursogeraçãobrasil.com.br é divulgado convidando a audiência a acompanhar os desdobramentos da trama na internet: "se você é brasileiro ou brasileira, tem entre 14 e 26 anos, e é apaixonado por tecnologia, essa pode ser a sua grande chance. Corra!" Ao acessar o site indicado, o que se espera é encontrar uma versão do referido game para que o espectador pudesse jogá-lo e quem sabe participar de alguma maneira da trama. Mas não é o que acontece, o usuário-espectador ao acessar o site se depara apenas com o video (já exibido na televisão) no qual Pamela Parker (Claudia Abreu) e Jonas Marra convocam a audiência para participar do concurso. Há apenas uma imagem da animação do game sem possibilidade de clicar e consequentemente experimentar o game.

Por conta da Copa do Mundo no Brasil, entre os dias 10 e 21 de junho de 2014, a novela *Geração Brasil* não fora exibida na grade de programação ocasionando um hiato de exibição já experimentada por espectadores no período entre as temporadas das séries. Para não tirar a novela totalmente do ar nesse período, os produtores editaram chamadas que funcionaram como um resumo da trama misturado com uma cena inédita de curta duração e, ao final, os finalistas do *reality Geração Brasil*, Davi (Humberto Carrão) e Manu (Chandelly Braz), apresentaram 11 desafios no quadro *Filma-e*, através do qual espectadores têm a oportunidade de postar vídeos cumprimdo desafios prévios propostos pela trama e os melhores foram exibidos na televisão e disponibilizados no site da novela. Tais desafios foram lançados a fim de estimular os espectadores a ajudarem Davi e Manu a ganharem juntos o *reality* através da campanha #FicaDaviManu.

Acreditando na existência de um espectador cada vez mais ativo, participante e mais atento às transformações impostas pela era digital, partimos da hipótese que esse antigo espectador, agora também usuário, está reconfigurando sua forma de assistir ficção e reivindicando seu importante papel nesse processo de revolução da cultura participante em curso. Como nos alerta Lopes,

> No ambiente transmidiático parece que as pessoas se envolvem progressivamente com mais conteúdos do que com formatos ou canais – grupos musicais, telenovelas ou times de futebol favoritos, onde quer que se encontrem, em qualquer meio ou plataforma. (...) Quanto mais os meios se tornam interconectados, são os conteúdos que crescentemente interessam ao

> fã que passa a segui-los em todas as mídias, envolvendo-os perfeitamente também às suas comunicações face-a-face. Isso não quer dizer que a forma não seja importante (LOPES, 2014, p.15).

Portanto, defendemos que a produção de uma websérie da novela *Geração Brasil* poderia ter sido um interessante recurso narrativo, sem prejuízo a trama principal, que ofereceria a possibilidade do fã da novela acompanhar o conteúdo do enredo pela internet durante esse período de hiato na exibição oferecendo pequenas cenas que o estimulasse a desvendar alguns mistérios como a conturbada relação do protagonista da trama Jonas Marra com sua família. Defendemos que a perspectiva do surgimento de novos formatos ficcionais como a websérie ou a reconfiguração dos já consagrados não se trata apenas de uma convergência meramente tecnológica entre os meios, mas, sobretudo, como pondera Jenkins (2009), de uma profunda transformação cultural que permite aos usuários compartilhar e buscar informações em mídias diversas, diluindo a antiga fronteira entre produtores e receptores de conteúdos. Afinal, os usuários também são produtores e por que não dizer coautores dessas narrativas folhetinescas que há muitos anos conquistam espectadores e fãs pelo mundo inteiro?

Referências Bibliográficas

BALOGH, Anna Maria. **O discurso ficcional na TV**: sedução e sonho em doses homeopáticas**.** São Paulo: Universidade de São Paulo, 2002.

ECO, Umberto. **Sobre os espelhos e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.

FIDLER, Roger. **Mediamorfosis**. Barcelona: Granica, 1997.

LEMOS, André. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 5. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Algumas reflexões metodológicas sobre a recepção televisiva transmídia*. In: **Revista Geminis**, São Carlos/SP, Edição Especial JIG – Jornada Internacional Geminis, 2014, Pags. 13-16.

MACHADO, Arlindo. **Arte e mídia.** 3.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.

_____. **A televisão levada a sério**. 5. ed. São Paulo: Senac, 2009.

_____. **Pré-cinemas & pós-cinemas**. 6. ed. Campinas: Papirus, 2011.

MANOVICH, Lev. Novas mídias como tecnologia e ideia: dez definições. In: **O chip e o caleidoscópio**: reflexões sobre as novas mídias. São Paulo: Senac, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura, hegemonia. Trad. Ronald Polito e Sérgio Alcides. 6. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

MITTELL, Jason. *Narrative Complexity in Contemporary American Television*. In: **The Velvet Light Trap**, Austin, n. 58, 2006. Pags. 29-40.

MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. **Narrativas Complexas na Ficção Televisiva Brasileira.** Artigo apresentado no XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza/CE de 03 a 07 de setembro de 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-0503-1.pdf> Acesso em: 21/06/2014 às 23h02.

PALLOTTINI, Renata. **Dramaturgia de televisão**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 2012.

ROSSINI, Miriam. **Reconfigurações do Mercado Audiovisual Brasileiro Contemporâneo**: o filme Carandiru e a narrativa transmidiática. Artigo apresentado no XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba/PR de 04 a 07 de setembro de 2009. Disponível em: < http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2869-1.pdf> Acesso em: 19/04/2014 às 14h20.

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

_____. **A ecologia pluralista da comunicação**: conectividade, mobilidade, ubiquidade. São Paulo: Paulus, 2010.