

---

## O Senso De Ao Vivo Em Ficções Seriadas Televisivas<sup>1</sup>

Lucas Teixeira Simões MATHIAS<sup>2</sup>  
PPGCOM UAM, São Paulo, SP

### RESUMO

Propomos neste trabalho a investigação de uma nova possibilidade, acarretada pela convergência midiática e a *Social TV*, dentro do que é considerado como ao vivo televisivo. Partimos da análise de mensagens compartilhadas na rede social *Twitter* com relação a ficção seriada *The Walking Dead*, buscando entender o que o compartilhamento de mensagens acarreta e como estas criam um senso de ao vivo. O artigo ainda apresenta quais são as atuais variações de conteúdos ao vivo televisivo e como estes se diferem do senso de ao vivo proposto.

### PALAVRAS-CHAVE

Ficção televisiva; Twitter; Convergência dos meios; Análise audiovisual

### TEXTO DO TRABALHO

Como a relação entre tecnologia e indivíduo afeta a televisão ao vivo que conhecemos? O objetivo deste artigo é analisar e compreender o fenômeno que permeia a televisão atualmente, sugerindo uma nova definição para o conteúdo televisivo ao vivo. Diferente do que considerávamos como ao vivo no início da televisão brasileira nos anos 50, onde gravação e transmissão eram uma única frente, agora encontramos novas características nas audiências e nos espectadores televisivos que sugerem nova classificação.

a «instância da imagem ao vivo» é posta como um laço simultaneamente tecnológico e social. É indiferente se essa comunicação ocorre por internet, por antena convencional, por antena parabólica, por fibra ótica ou, ainda, por um sistema que combine tudo isso. Ela concentra um vínculo comunicacional (tecnológico e social) entre sujeitos. (BUCCI, 2009, p.71)

Esse processo, do novo ao vivo, decorre do panorama de grandes transformações nos meios de comunicação e tecnologias: novos canais de distribuição de conteúdo, diferentes formas de consumo, um público cada vez mais ativo, proliferação no número

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Ficção Seriada do XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Mestrando na Área de Concentração: Comunicação Audiovisual da Universidade Anhembi Morumbi, e-mail: [lucastm8@gmail.com](mailto:lucastm8@gmail.com)

---

de telas e mídias, aceleração de criação de produtos – todas mudanças que a televisão e as mídias digitais sofreram nos últimos 10 anos. Entretanto, mesmo com diversas alterações, algumas características que definem o que é televisão para os espectadores e pesquisadores não ficaram obsoletas, elas somente sofreram alterações, “Os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente, suas funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias” (JENKINS, 2006, p.40).

Uma destas funções ou características da televisão é a transmissão ao vivo, a qual “dentre todas as possibilidades da televisão, aquela que marca mais profundamente a experiência deste meio” (MACHADO, 2010, p.125), e o ao vivo televisivo continua presente e com força nas transmissões e programações atuais, mesmo que não em todos os programas e emissoras. A transmissão ao vivo também sofreu alterações ou variações, com a sinergia entre as novas tecnologias e hábitos dos usuários, e isso não quer dizer que a televisão como um todo mudou ou a *broadcast television* acabou, muito pelo contrário, ela vem ganhando força em novos suportes midiáticos.

Buscamos analisar e apontar a existência, por parte dos espectadores, de uma sensação de conteúdos ficcionais serem transmitidos ao vivo. Para isso, vamos explicar quais as variações de conteúdos televisivos ao vivo existentes e ilustrar a diferença para este novo modelo que propomos.

Neste artigo vamos trabalhar com a série ficcional *The Walking Dead*, a qual possui características transmídia, uma complexidade narrativa e um fandom ativo, três características importantes para nosso objetivo. O seriado pode ser classificado como transmídia, pois tem origem e adaptação de uma série em quadrinhos, lançada em 2003. A complexidade se apresenta em diversos momentos, desde combinações de *plots* e histórias, até na quantidade de personagens principais, secundários e antagonistas, é necessário o espectador acompanhar e lembrar das oito temporadas (até julho/2018) e seus diversos episódios, para ter uma imersão no universo apresentado. E existe um grupo de fãs que buscam debater e aprofundar seus conhecimentos sobre a trama, além de se programar para assistir cada episódio durante a primeira transmissão.

O seriado *The Walking Dead* apresenta a trajetória de Rick Grimes, como protagonista, em um mundo pós-apocalíptico, com zumbis ou mortos vivos dominando e quase dizimando a raça humana, além de apresentar problemas entre os sobreviventes

---

em uma vida sem regras e leis. É transmitido no Brasil pelo canal de televisão paga, Fox Brasil.

Alguns fãs têm o costume de utilizar a rede social *Twitter* para comentar sobre o seriado durante sua primeira exibição, que segue a grade de programação. Um ranking divulgado pelo próprio *Twitter*<sup>3</sup>, apresenta quais foram as séries televisivas mais comentadas nos Estados Unidos da América em 2017, e *The Walking Dead* ficou com o sexto lugar.

E a presença destes espectadores cria um senso de ao vivo, aqui utilizamos a palavra senso fazendo a alusão ao raciocínio dos espectadores de *The Walking Dead*, os quais possuem um juízo claro de que o conteúdo transmitido não é ao vivo, pois seria impossível recriar diante a câmera tamanhas cenas de ações. Mas também, é um senso, no sentido de percepção da palavra, dos espectadores fãs terem consciência que não assistir ao episódio no momento inicial de transmissão, ou seja, seguindo a grade de programação, abre a possibilidade de estarem sujeitos a receber mensagens que contenham pontos importantes da trama.

A volta da força da grade de programação televisiva vai contra o que muitas empresas do mercado de comunicação e tendências apontam: que o consumo audiovisual caminha para uma disponibilidade a qualquer momento, com VOD – Video On Demand e o Streaming Digital. Não vamos analisar este tipo de conteúdo, pois, por exemplo, os seriados da empresa Netflix são disponibilizados, em sua maioria, na íntegra em seu catálogo, permitindo que cada espectador assista em seu próprio ritmo. E essa possibilidade não traduz uma das principais características do conteúdo ao vivo: “o traço distintivo da transmissão direta: a recepção, por parte de espectadores situados em lugares muito distantes, de eventos que estão acontecendo nesse mesmo instante” (MACHADO, 2000, p.125). Quando o conteúdo é disponibilizado em sua totalidade, é possível que espectadores assistam os episódios fora da ordem, pausem a qualquer momento ou assistam em diferentes velocidades, impossibilitando a percepção deste senso.

Antes de aprofundarmos a proposta deste artigo, é importante apresentarmos ao leitor quais são as atuais definições de ao vivo.

---

<sup>3</sup> Para visualizar o ranking completo acesse: <https://twitter.com/TwitterData/status/938070936351371265>

---

## AS VARIAÇÕES DE AO VIVO

Diferentes autores estudam e apresentam tipologias que contemplam uma classificação de transmissão ao vivo, as quais são marcadas por características de distribuição, interação e fluxo televisivo. Neste artigo vamos pontuá-los, utilizando diferentes pesquisadores, para depois realizarmos uma análise comparativa com uma possível nova tipologia de transmissão ao vivo.

A primeira variação é da natureza da televisão, existindo desde sua criação: quando o som e a imagem de um evento, ou toda sua programação, são transmitidos em tempo real. Os eventos captados pela câmera são transmitidos aos espectadores, e ao mesmo tempo os produtores realizam ambas ações, a gravação e a transmissão. Um bom exemplo dessa variação seriam programas esportivos, como a transmissão de uma partida de futebol. Não existe um controle, por parte dos produtores e transmissores, sobre o que vai acontecer. Além de que, os diretores de ilhas de edição precisam de atenção a cada detalhe:

A cobertura de eventos esportivos ao vivo é um ambiente em que a habilidade de pensamento rápido, em relação aos eventos que estão acontecendo e gerenciar a parte de produção, praticamente sempre sobre pressão, é altamente valorizada. A produção ao vivo não era considerada um novo subgênero, mas se tornou o gênero que definiu a produção esportiva na televisão (MILNE, 2016, p. 165)<sup>4</sup>

É necessário velocidade e controle sobre tudo que está acontecendo e sendo transmitido aos espectadores, cada lance de uma partida de futebol pode ser decisivo. Como o autor pontuou, produção e edição em tempo real acabam sendo características marcantes da transmissão esportiva.

A primeira variação pode ser compreendida em uma única citação de Campanella e Almeida: “o conteúdo que é produzido ‘ao vivo’ e busca a instantaneidade da experiência televisiva. (...) [é aquilo] que é produzido é exibido no momento mesmo de sua produção” (CAMPANELLA, ALMEIDA, 2017, p.10).

Uma segunda variação da tipologia de transmissão ao vivo, em nossa lista, é presente principalmente em programas jornalísticos ou telejornais: “quando os noticiários televisivos começaram a utilizar vídeos amadores para eventos inesperados e

---

<sup>4</sup> Tradução livre do autor. Texto original: “Live sports coverage is an environment where the ability to think quickly in reaction to events and to manage output, virtually always under pressure, is highly prized. Live production was not so much a new sub-genre but had become the genre that defined television sports production” (MILNE, 2016, p. 165)

---

específicos, isso fez possível uma nova possibilidade e promessa de ‘tempo real’” (BOURDON, 2000, p.532)<sup>5</sup>. A inserção de VTs ou uso de gravações amadoras nos telejornais é uma das práticas de facilidade e agilidade que as emissoras televisivas utilizam com auxílio da internet, aqui é importante desconsiderarmos o uso de arquivo. Por exemplo, quando um acidente de automóveis ocorre é difícil e tomaria um grande tempo enviar um repórter ao local, perdendo o *timing* da divulgação ao público; mas, com o crescimento da posse de *smartphones* com câmeras de gravação, este processo de estar presente ou ter vídeos de todos e quaisquer acontecimentos é simples. Basta uma pessoa, do público geral, gravar o acontecimento e enviar, via canal digital ou internet, para a emissora televisiva, e esta divulgar em seu telejornal.

Este segundo ponto combina a transmissão ao vivo do telejornal, com seus apresentadores, e a utilização de vídeos-amadores por parte do público. Gravações amadoras que não são consideradas ao vivo, seguindo a primeira variação desta caracterização em nossa análise.

A terceira variação do ao vivo televisivo está presente em programas gravados anteriormente à transmissão, mas, que seguem o fluxo televisivo e simulam estar ao vivo utilizando de diferentes técnicas, sendo mais comum com o gênero reality show. Estes programas buscam criar um falso senso de ao vivo, utilizando como meio principal a Social TV, para ficar mais claro utilizaremos como exemplo o programa Master Chef da Rede Bandeirantes de Televisão no qual, em sua maioria, todos os episódios são gravados anteriormente à transmissão na grade televisiva. Por se tratar de diversas provas culinárias que duram de 45 minutos a 2 horas, não seria viável – pensando em números de audiência – realizar transmissões tão longas e sem cortes. Entretanto, o programa busca criar este falso senso de ao vivo, com duas técnicas: utilização de redes sociais e a exposição da tensão dos participantes nas provas culinárias.

A segunda técnica, dentro da terceira variação de ao vivo, que apontamos é – muito utilizada por reality shows – onde a produção do programa cria um caráter de tensão e urgência por meio da edição: será que os competidores cozinheiros vão conseguir terminar seus pratos, terá o sabor ficado bom, entre outras dúvidas.

---

<sup>5</sup> Tradução livre do autor. Texto original: “when television newscasts have started using amateur videos for specific unexpected events, this has made possible another promise of ‘liveness’” (BOURDON, 2000, p.532).

---

Entretanto, estes embates já foram solucionados, os cozinheiros já sabem quem foi o melhor e se conseguiram passar para a próxima etapa, já que o programa é gravado previamente a exibição. Somente o público espectador não sabe a resolução, pois este está assistindo no momento “ao vivo” da transmissão.

Master Chef, como outros programas de Reality Show, utilizam também de efeitos sonoros para criar a sensação de tensão, como vemos no episódio dois, da quinta temporada de Master Chef Brasil. Onde o participante Gabriel estava perdendo o tempo da prova e não havia terminado seu prato, junto com as edições e cortes é possível ouvir uma música com batidas fortes, para aumentar essa tensão.<sup>6</sup>

Com os reality shows, as exibições “ao vivo” tornam mais evidente a promessa de interatividade, pois as emissoras constroem um discurso segundo o qual parte da construção do programa é de “responsabilidade” dos telespectadores (CAMPANELLA, ALMEIDA, 2017, p.15)

A outra técnica parte do uso das redes sociais e funciona de maneira simples, durante a transmissão a apresentadora de Master Chef Brasil convida os espectadores a compartilharem suas opiniões e comentários nas redes sociais, e estas mensagens, as quais são realmente em tempo real, podem ser colocadas como *inserts* nos VTs das provas culinárias. Além de, outros reality shows, pedirem para os espectadores votarem em quais serão os participantes vencedores ou eliminados, utilizando redes sociais.

Todas as variações e suas características apontadas foram surgindo com a evolução da televisão por novas tecnologias, novas formas midiáticas e novos consumos por parte do público espectador. Suas definições e os programas exemplificados não seguem uma regra absoluta de classificação como conteúdo ao vivo. Por exemplo, não seriam todos os programas jornalísticos que utilizam VTs amadores gravados previamente à exibição ou todas as transmissões de jogos de futebol que são ao vivo. É uma questão de análise e classificação, programa a programa.

## **A CRIAÇÃO DE SENSAÇÕES (SENSO) DE AO VIVO**

A última variação é proposta por mim, e o objetivo de análise deste artigo. Uma evolução do que consideramos como ao vivo se dá em programas ficcionais seriados televisivos, mesmo que gravados previamente estes seguem um modelo de distribuição com base na grade de programação, com hora marcada. A evolução que buscamos

---

<sup>6</sup> Para assistir a cena descrita, veja o link a partir de 10:50 - <https://youtu.be/VGKIidwPLQk?t=10m50s>

---

apresentar é possibilitada pela combinação da televisão e das redes sociais, ou seja, a Social TV, e sem esta não seria possível a existência deste novo modelo de ao vivo.

Os programas que seguem um horário fixo de transmissão, avisado previamente aos espectadores fãs, pode garantir a presença digital de uma parcela deste público, o qual vai assistir o programa no momento original de sua transmissão e com a possibilidade de comentar sobre o objeto audiovisual em plataformas digitais.

Para exemplificarmos esta definição de ao vivo, utilizaremos como objeto o seriado norte americano *The Walking Dead*, como apontamos no início deste artigo, que apresenta um *fandom* (um conjunto de fãs) ativo e que interage, conversando entre si, com base nos acontecimentos e *plots* do programa. Uma característica presente nas transmissões ao vivo, e sobretudo nas ações humanas, é a participação e o sentir-se parte de um grupo: “a mídia social recompensa nossos desejos intrínsecos tanto de participação quando de compartilhamento” (SHIRKY, 2010, p.82). O caráter desse senso de ao vivo, ocorre em uma combinação de fatores:

1. Produtos seriados televisivos, que são gravados previamente à transmissão;
2. Transmitidos seguindo a grade de programação;
3. Podem, por meio de narrativas complexas, influenciar o público espectador a compartilhar informações e suas opiniões nas redes sociais sobre a série, durante o momento da primeira transmissão;
4. Um público ou *fandom* ativo e presente em canais digitais, como o *Twitter*.

Antes de continuarmos, é essencial separarmos a variação de ao vivo televisivo em reality shows e ficções seriadas. No primeiro caso, existe uma tendência de simular por meio da edição que o programa está ao vivo, como apresentamos em nosso exemplo de Master Chef Brasil. Já nas ficções seriadas, como *The Walking Dead*, seria impossível recriar as cenas de ações e efeitos gráficos diante de uma câmera e com transmissão simultânea, estes programas passam a ideia, para o espectador, de estar assistindo a um filme. Outro ponto que diferencia os reality shows das ficções seriadas é a possibilidade de estar realmente ao vivo, em programas como Big Brother Brasil é comum o apresentador reunir os participantes para uma rápida transmissão ao vivo, normalmente antes de eliminações.<sup>7</sup> Estas são algumas das diferenças entre os gêneros.

---

<sup>7</sup> Estamos considerando a transmissão de Big Brother Brasil na Rede Globo, a qual segue a grade de programação. O *pay-per-view* apresenta uma transmissão ao vivo durante 24 horas, porém, entra em outra categoria de análise. A qual não é o foco deste artigo.

---

É importante entendermos, na nova variação proposta, que a interação público e produto e, principalmente as sensações e sentimentos causados ao espectador, criam esse senso de ao vivo.

as práticas referentes ao Twitter podem ser caracterizadas como novas *ritualidades* na recepção de telenovela, envolvidas na busca por *socialidade* [...] sujeitos que, ao mesmo tempo em que são parte de uma audiência, buscam atender à sua própria *possível* audiência. Isso permite esmiuçar o *trânsito das audiências* para além da intercalação de papéis de receptor e emissor, tendo em vista o caráter *crossmediático* dos informantes – enquanto emissores e receptores – a partir da apropriação tecnológica (PIENIZ, 2015, p.217)

Os espectadores buscam, naturalmente, compartilhar e participar das discussões e tópicos relacionados a programas televisivos. Este acontecimento já era visualizado no *Watercooler TV*<sup>8</sup>, mas agora é realizado simultaneamente com a programação, acontecendo uma aceleração na entrega e recebimento de mensagens. A grade de programação auxilia todos estes espectadores mais ativos a estarem online e sintonizados no canal de televisão durante a duração do programa, não acontecendo uma dispersão por parte do público durante dias ou horas. O que existe é uma organização e sinergia natural. Obviamente, *The Walking Dead* não é transmitido ao vivo, seus episódios, semanais são gravados meses antes da transmissão, entretanto, as emissoras televisivas informam (utilizando *brakes* comerciais ou redes sociais) o horário que o episódio vai ao ar, e isso é feito de maneira global. A Fox Brasil transmite todos os episódios no mesmo momento que eles são transmitidos nos Estados Unidos da América.

Uma das redes sociais mais utilizadas, pelo seu modelo rápido de consumo de informações e organização por tópicos e assuntos, é o *Twitter*. Para Deller o

O Twitter oferece aos pesquisadores das mídias e aos produtores uma oportunidade única de verem o processo de ‘*watercooler*’ televisivo no momento que este ocorre, para determinar não apenas o que é popular em números de audiência, mas o que faz com que o público (uma parte dele) compartilhe. No entanto, também nos oferece a oportunidade de monitorar a resposta imediata das seções das audiências a quase todos os programas que buscamos pesquisar (DELLER, 2011, p. 228)<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> *Watercooler TV* – Expressão para conversas que ocorrem próximas ao bebedouro de empresas sobre os programas televisivos assistidos no dia anterior. Caso alguém não tivesse assistido o programa, não estaria sabendo sobre o assunto, ou mesmo, receberia informações importantes sobre o que ocorreu e principais *plots*.

<sup>9</sup> Tradução livre do autor. Texto original: “*Twitter offers media scholars and producers alike a unique opportunity to witness ‘watercooler’ TV as it happens; to determine not only what is popular ratings-wise, but what it is that gets (some) audiences talking. However, it also offers us the opportunity to monitor the immediate response of sections of the audience to almost any programme we wish to research*” (DELLER, 2011, p. 228)



---

O professor e pesquisador da universidade de Alabama, Jeremy Butler, descreveu em seu livro *Television Style*, as diferentes funções do estilo visual e narrativo no audiovisual (p.11, 2010), utilizando como base o pesquisador americano, David Bordwell. Uma destas funções é referente às sensações e emoções possibilitadas pelo conteúdo em frente ao público, trazendo como o espectador se sentiu após assistir a determinada cena: ele ficou triste ou feliz, ficou surpreso ou irritado, são muitas possibilidades. E essa função auxilia na ambientação do senso de ao vivo.

Para Butler (p.12, 2010), uma das maneiras de analisar os conteúdos é por meio de pesquisas quantitativas, onde as sensações dos públicos são quantificadas, para termos um número geral de quais são as sensações principais. Utilizando a rede social *Twitter* essa técnica de análise do estilo televisivo fica mais fácil, pois diversos espectadores de seriados televisivos compartilham suas emoções. O *Twitter* vem como uma ferramenta facilitadora para análise do estilo e cognição do público televisivo.

Partimos da ideia de que o hábito de compartilhar o que se está assistindo na televisão tende a crescer em seriados com complexidade narrativa.

redefine formas episódicas sobre a influência da narração em série (...) cria histórias contínuas em uma variedade de gêneros. A televisão complexa emprega uma série de técnicas seriadas, com o pressuposto de que uma série é uma narrativa cumulativa, que se constrói com o tempo, em vez de retornar a um equilíbrio no final de cada episódio (MITTELL, 2015, p.18)<sup>10</sup>

Em seriados, do gênero sitcom, dificilmente teremos uma grande parcela do público compartilhando suas emoções ao assistir a um episódio (salvo em casos como final de temporada), o público já espera determinados acontecimentos, como por exemplo, conclusões de *plots* apresentados no início do episódio. Já em narrativas complexas é difícil presumir o que vai acontecer nas próximas cenas e episódios. Por isso, os espectadores buscam as redes sociais como um ambiente para compartilhamento de teorias e descobertas. Não queremos definir que todos os sitcoms não possuem emoções e surpresas em suas narrativas, somente que é mais comum essa complexidade em narrativas como *The Walking Dead*.

E além disso, é muito mais comum as pessoas compartilharem experiências surpreendentes, sejam elas positivas ou negativas. Claro, que não existe uma única

---

<sup>10</sup> Tradução livre do autor. Texto original: “redefines episodic forms under the influence of serial narration (...) foregrounds ongoing stories across a range of genres. Complex television employs a range of serial techniques, with the underlying assumption that a series is a cumulative narrative that builds over time, rather than resetting back to a steady-state equilibrium at the end of every episode.” (MITTELL, 2015, p.18)

---

regra, compartilhamos por diversos motivos: participação de grupos, aceitação, busca e divulgação de informações e conhecimento, desejos anteriores à internet, entre outros. Mas, para nosso estudo focaremos nas sensações com a narrativa, em frente ao espectador, e na participação destes como um grupo.

A complexidade pode ser vista em *The Walking Dead*, por exemplo, quando cada episódio apresenta uma nova trama e mais informações surgem para o público lembrar; elas podem ser retomadas ou até mesmo afetarem os personagens no futuro, criando um maior interesse na história, este é um dos *drives* para consumo audiovisual complexo (MITTELL, 2015, p.169-170). A narrativa utiliza os diferentes pontos de vistas das personagens para contar a mesma história, procurando mostrar que uma ação tomada pelos protagonistas não reflete no pensamento de todos os personagens, as ações anteriores que um personagem realizou, em temporadas mais antigas, podem “assombra-lo” na atual temporada. Com suas oito temporadas, até começo de 2018, cabe ao público lembrar de todos os acontecimentos anteriores, os diversos nomes e características das personagens.

Essa complexidade presente na narrativa de *The Walking Dead* acaba por trazer informações surpreendentes ao público espectador, as quais tende a ter maior relevância na ação de ser compartilhada em redes sociais e pessoalmente. A morte inesperada ou uma reviravolta na trama, criam estes momentos para o espectador compartilhar suas sensações, como veremos nas mensagens abaixo.

Utilizando a ferramenta *Twittonomy*<sup>11</sup> conseguimos coletar e quantificar números de *tweets* ou mensagens na rede social *Twitter*, sobre episódios específicos de *The Walking Dead*. As mensagens compartilhadas podem ser categorizadas como elementos paratextuais, ou seja, recriações ou reutilizações da “obra” original que podem carregar o título, nome das personagens, elementos visuais ou verbais do produto (GENETTE, 1997, p.4-5). Os *tweets* serão considerados como paratextos das interpretações, por parte dos espectadores, de *The Walking Dead*.

Vamos olhar paratextos, como exemplo, do primeiro episódio da sétima temporada, intitulado de *The Day Will Come When You Won't Be* e transmitido no Brasil dia 23/10/2016.

---

<sup>11</sup> Twittonomy ferramenta online para coleta, análise e filtros de mensagens na rede social Twitter: <https://www.twittonomy.com/>



Fig. 01 – Tweet de @Cleytu

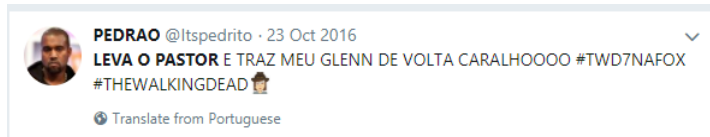


Fig. 02 – Tweet de @Itspedrito

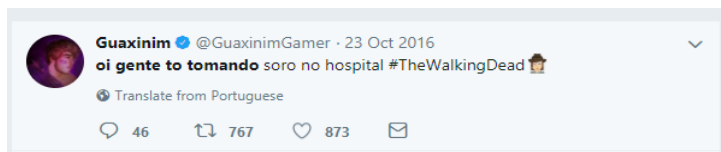


Fig. 3 – Tweet de @GuaxinimGamer

Os exemplos acima ilustram que acontecimentos inesperados levam ao compartilhamento de *tweets* pelo público, neste capítulo um dos personagens principais morreu, conhecido como Glenn, e isso resultou na vontade e motivação do público de compartilharem seus sentimentos, sendo de raiva ou tristeza. Este é um dos principais motivos que observamos no compartilhamento de paratextos com o público de *TWD*.<sup>12</sup>

O personagem Glenn está presente no seriado desde o segundo episódio da primeira temporada, criando uma relação com o público e virando um dos protagonistas favoritos, como podemos ver nas figuras 01 e 02, onde os espectadores mostram suas confusões e desolações com a morte do personagem. Na figura 02, o internauta @itspedrito ainda declara que preferia que tivessem matado outro personagem, o pastor Gabriel Stokes, e tivessem deixado o Glenn vivo.

A surpresa de sua morte vem por que Glenn Rhee sempre buscou ser justo e salvar outros sobreviventes no apocalipse, mesmo que isso colocasse sua vida em risco. Era casado com Maggie Greene, a qual está grávida de seu filho. E na figura 03 é ilustrado o quão triste os espectadores ficaram com a morte de Glenn, o internauta @GuaxinimGamer faz uma alusão a estar doente e precisar tomar soro.

Analisaremos como os espectadores de *TWD* e suas ações nas redes sociais influenciam o consumo em tempo real. O episódio, utilizado como exemplo - *The Day*

<sup>12</sup> *TWD*- Sigla para *The Walking Dead*

*Will Come When You Won't Be*, teve uma transmissão de 67 minutos, com início às 23:30 horário de Brasília.

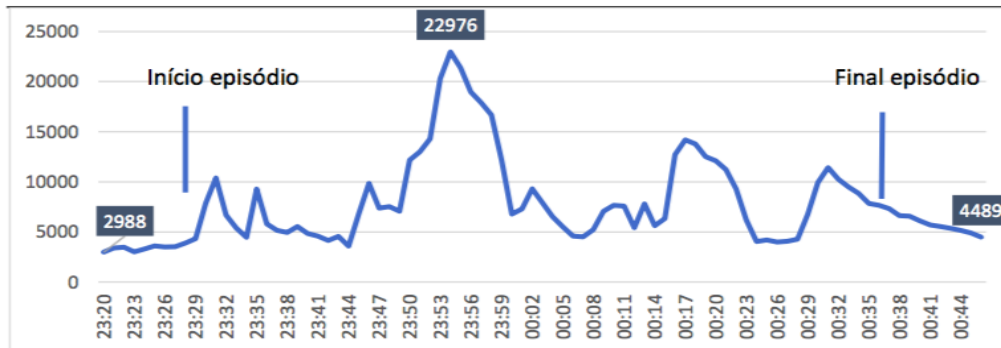


Fig. 4 – Gráfico com números coletados na ferramenta Twitonomy, dia 23/10/2016. Das 23:20 as 00:44. Com foco em *The Walking Dead* e na hashtag #TWDnaFox.

O gráfico representa o número de mensagens enviadas a cada 3 minutos, onde analisamos 10 minutos antes da transmissão, durante o episódio e 10 minutos depois. Constatamos um aumento no número de mensagens postadas no Twitter após o início do programa e um pico de mensagens entre 23:53 e 23:56, com um total de 22.976 mensagens. Após o final do episódio às 00:36, os espectadores param de comentar com tanto fervor sobre o que foi assistido, mas ainda com um número alta de 4.489 mensagens.

Este gráfico ilustra a popularidade do objeto e permite entendermos que os espectadores estão acompanhando e compartilhando suas sensações e opiniões com base em cada acontecimento específico que foi transmitido. Para os espectadores o transmitido é considerado como tempo real, mesmo quando sabemos que a produção do conteúdo não é ao vivo, as reações e interações com outros espectadores são. Isso que caracteriza este senso de ao vivo televisivo em ficções seriadas, o sentimento do público em relação à narrativa e as mensagens compartilhadas a cada minuto ou acontecimento.

Somente este novo hábito não classificaria o seriado como um ao vivo televisivo. É importante olharmos o que define ao vivo, e buscar essas características em *The Walking Dead*. Utilizaremos como autor principal, desta análise comparativa, Arlindo Machado e seu livro “A Televisão Levada a Sério”, por serem referências em estudos acadêmicos sobre televisão.

Como apontamos, o personagem Glenn morreu de forma surpreendente, influenciando os fãs a compartilhar suas emoções e surpresas. Como público, esperamos que os protagonistas não morram, mas em narrativas complexas não existe uma

---

segurança. Para Machado, pesquisador do programa de pós-graduação da PUC-SP e da ECA-USP, “toda transmissão em tempo real e presente inclui um certo elemento de *suspense*, na medida em que as coisas podem não ocorrer como planejadas. O melhor da televisão ao vivo acontece quando o imponderável se impõe sobre o programado” (MACHADO, 2000, p.141).

Os produtores do programa sabem o que vai acontecer com todos os personagens, mas para o público este elemento de suspense é o que origina o compartilhamento. O elemento de surpresa, apontado por Machado, é um dos pontos principais deste senso de ao vivo, acarretando no ato do espectador compartilhar mensagens enquanto assiste ao episódio.

A Internet tomou forma como um lugar ativo para discursos sobre a televisão [e seus conteúdos], paratextos com *frames* tornaram-se mais importantes, visto que um espectador pode estar frequentando sites de discussão, wikis, conversas no Twitter ou procurando *spoilers* em momentos antes, durante e depois de assistir [aos programas], tudo isso altera substancialmente as experiências de compreensão da narrativa (MITTELL, 2015, p.165)<sup>13</sup>

Então, mesmo em um seriado como *The Walking Dead*, se comparado a uma partida de futebol, ainda apresenta características de um conteúdo ao vivo, “a reflexão do telespectador, por se dar *ao vivo*, ou seja, num processo que ainda está em andamento pode tomar a forma de ação política e em alguns (mas não poucos) casos, resultar em mobilização” (MACHADO, 2000, p.129). O conteúdo não é ao vivo, mas a reação do público sim. Mesmo, que os espectadores de *TWD* não tomem ações políticas, podem acontecer mobilizações após a transmissão ou mesmo durante de um episódio, como aconteceu após a morte de Carl, um dos protagonistas, e diversos fãs iniciaram uma petição online para demitir o produtor executivo da série, que tomou a decisão de “matar” o personagem.<sup>14</sup>

Uma característica, do ao vivo, que seria impossível considerarmos no produto seriado é dada quando “os realizadores devem dar consistência ao material no mesmo momento em que esse material ainda está sendo tomado e sem ter condições de pré-visualizar os resultados antes que o produto chegue ao receptor” (MACHADO, 2000, p.130). No seriado televisivo *TWD* não existe o tempo presente para os produtores ou

---

<sup>13</sup> Tradução livre do autor. Texto original: “Internet has emerged as an active place for discourse about television, paratextual frames have become more important, meaning that a viewer might be frequenting discussion sites, fan wikis, or Twitter conversations or searching for spoilers in moments before, during, and after viewing, all of which substantially change the experiences of narrative comprehension”

<sup>14</sup> Para saber mais acesse: <https://omelete.com.br/series-tv/noticia/the-walking-dead-fas-fazem-peticao-para-demitir-produtor-apos-morte-de-personagem/>

realizadores, pois o conteúdo é gravado antes de ir ao ar, entretanto, se pensarmos na visão do espectador mais ativo é possível fazer uma correlação com a ideia de paratexto, de dar consistência e reutilização do conteúdo televisivo no mesmo momento de sua transmissão. O público recria e transmite suas sensações com base no conteúdo disponível para ele, em formato de texto, áudio, imagem e cenas do seriado:



Fig 5 Tweet de @w4lkersofredor



Fig. 6 – Tweet de @tirinhasdokino

Nos exemplos, conseguimos visualizar fãs compartilhando paratextos utilizando cenas de *The Walking Dead* (fig.5) e de outros objetos audiovisuais (fig.6). O público cria e compartilha materiais sobre o que se está assistindo, antes mesmo de terem visto o episódio completo e conclusões de *plots* e tramas. O ato de compartilhar rapidamente, tirando conclusões rápidas e prévias ao final do episódio, pode ser considerado como ao vivo. Essa instantaneidade não existe na etapa de produção de *The Walking Dead*, mas está presente na recepção do público.

Apontamos que nem todas as características da televisão ao vivo, refletem este novo modelo que defendemos, pois, “Na televisão ao vivo (...) não é necessária (nem é possível) qualquer manipulação para que o tempo do material significante coincida com o tempo do evento: essa é justamente a condição da operação ao vivo” (MACHADO, 2000, p.138), em narrativas gravadas anteriormente a transmissão, a manipulação por meio da edição ou omissão de fatos é um elemento comum. Esta manipulação cria o suspense e tensão necessária para prender a atenção do público e fazê-los compartilhar, e ilustra o senso de ao vivo defendido.

O novo modelo de consumo ao vivo, apresentado neste artigo, está em constante mudança, junto com suas audiências e convergência. Conversar com as novas audiências é criar um senso de ao vivo em constante mudança, cada episódio e

---

acontecimento, os programas precisam se distanciar de “algo falso”, e criarem sentimentos que transmitam a sensação do ao vivo, o real.

Este senso de ao vivo, que defendemos, “nesse caso, diz respeito não à produção do conteúdo, mas a sua forma de transmissão” (CAMPANELLA, ALMEIDA, 2017, p.9). Mesmo, conteúdos seriados gravados previamente, mas que possuam uma primeira transmissão de maneira única, para grande parte do público, podem possuir características de uma transmissão ao vivo.

## REFERÊNCIAS

BOURDON, J. **Live television is still alive: on television as na unfulfilled promise.** Media,Culture and Society. Vol. 22, n. 5, 2000. p. 531–556.

BUONANNO, Milly. **The Age of Television: experiences and theories.** UK: IntellectBooks, 2008.

BUTLER, J. **Television Style.** New York: Routledge, 2010

CAMPANELLA, B. ALMEIDA, M. **O “ao vivo” como promessa de participação e de autenticidade nos reality shows.** Juiz de Fora: Lumina, 2017

DELLER, R. **Twittering on: Audience research and participation using Twitter.** Participations. Journal of Audience & Reception Studies, 2011

BUCCI, E. **Em torno da instância da imagem ao vivo.** São Paulo: Revista Matrizes – V.3 N.1, 2009

GENETTE, G. **Paratexts: Thresholds of Interpretation.** Cambridge University, 1997

JENKINS, H. **Cultura da convergência.** 2.<sup>a</sup> ed. São Paulo: Aleph, 2009

MACHADO, A. **A televisão levada a sério.** São Paulo: Senac, 2000.

MILNE, M. **The Transformation of Television Sport: New Methods, New Rules.** Palgrave Macmillan, 2016.

MITTELL, J. **Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling.** New York: NYU Press, 2015.

PIENIZ, M. **Mediação estrutural da tecnicidade: o trânsito das audiências a partir do Twitter.** São Paulo: Revista Matrizes – V.9 N.1, 2015.

SHIRKY, C. **A Cultura da Participação.** Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

THOMPSON, K. **Storytelling in Film and Television.** Harvard University Press, 2003.