

## Mobilizações de engajamento na dinâmica transmídia: as estratégias da *Netflix* para *Black Mirror*<sup>1</sup>

Aline MONTEIRO HOMSSI<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG

### RESUMO

O presente artigo levanta questões iniciais de uma pesquisa de doutoramento envolvendo o papel do engajamento na dinâmica transmídia, com base na observação das estratégias da plataforma de *streaming Netflix* para a série *Black Mirror* e suas cinco temporadas disponibilizadas. Na dinâmica transmídia, como pontuado por Jenkins (2009) Jenkins, Green e Ford (2014) e Scolari (2013), os fãs comprometidos têm papel chave, com comentários, discussão, *remixes*, criação e distribuição de conteúdos diversos, formando redes de conversação. A proposta da pesquisa é estudar de que modo a configuração transmidiática de *Black Mirror* mobiliza formas diferenciadas de engajamento em suas temporadas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Transmídia; Engajamento; *Netflix*; *Black Mirror*

### 1 Introdução

Este artigo tem por objetivo discutir o início do desenvolvimento de uma pesquisa de doutorado, iniciada em 2019, que se propõe a observar as estratégias de engajamento promovidas pela plataforma de *streaming*<sup>3</sup> *Netflix*<sup>4</sup> para a série *Black Mirror*, suas temporadas e seus produtos derivados.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da UFMG, e-mail: [alinemonteiro@gmail.com](mailto:alinemonteiro@gmail.com).

<sup>3</sup> *Streaming* é uma forma de distribuição digital de conteúdos em que o fluxo de dados é recebido e reproduzido à medida que chega ao computador do usuário. Para tanto, é necessária conexão de internet banda larga e um dispositivo, como computador, *tablet*, *smartphone* ou *console* de videogame. Os dispositivos não armazenam os dados enviados, propiciando que os direitos de autor sejam respeitados.

<sup>4</sup> Plataforma de distribuição de produtos audiovisuais via *streaming*. A *Netflix* se posiciona como um dos maiores serviços de *streaming* do mundo, com um catálogo de filmes, séries e documentários produzidos por terceiros e, também, em produções próprias ou feitas especialmente para a plataforma. O acesso é feito por meio de assinaturas mensais, sendo que o cardápio oferecido ao assinante é mediado por algoritmos, conforme escolhas anteriores.

---

A série, criada em 2011 por Charlie Brooker, seu produtor e roteirista, foi exibida pela primeira vez no canal britânico de televisão aberta Channel 4<sup>5</sup>. A partir de 2015, foi adquirida pela *Netflix*, atual responsável pela produção, mantendo Charlie Brooker como produtor e roteirista.

Em sua página na *Netflix*<sup>6</sup>, *Black Mirror* é descrita como uma série de ficção científica com futuros distópicos caracterizados pelo conflito entre as tecnologias e a natureza humana. Cada episódio, o especial de Natal e o filme interativo possuem enredos independentes, que se encerram em si mesmos, não sendo sequenciais. É possível, portanto, assistir a capítulos isolados ou fora da ordem proposta pelos produtores, sem que haja perdas ou incompreensão dos conteúdos tratados. O elemento de ligação entre eles é a forma distópica como a tecnologia é apresentada.

Até junho de 2019, foram feitos 21 episódios, um especial e um filme sob a chancela de *Black Mirror*, divididos em cinco temporadas. As duas primeiras e o especial fazem parte do material exibido originalmente pelo Channel 4. As três temporadas seguintes e o filme são produções originais da *Netflix*. Elementos tecnológicos – apresentados de maneiras diversas, em todos os episódios, no especial e no filme de *Black Mirror* – têm chamado a atenção da crítica, da imprensa especializada e, também, do público.

Paralelamente, é preciso observar a presença da *Netflix* nas redes digitais, como forma de entender sua estratégia de conversação o público e as ferramentas empregadas para conquistar a audiência. Desde dezembro de 2015, o seriado tem uma conta oficial no *Twitter*<sup>7</sup>, com cerca de 530 mil seguidores. A *Netflix* tem páginas oficiais no *Twitter*, no *Facebook* e no *Instagram*, que são utilizadas para divulgar o catálogo de obras audiovisuais exibidas pela plataforma. A página oficial da *Netflix* Brasil no *Facebook*<sup>8</sup> tem mais de 58 milhões de curtidas. No *Twitter*, o perfil *Netflix* Brasil<sup>9</sup> conta com mais de 6 milhões de seguidores. Já o perfil oficial, *Netflix* US<sup>10</sup>, também tem mais de seis

---

<sup>5</sup> O Channel 4 foi criado pelo governo britânico com o objetivo de estimular a produção audiovisual independente com obras que instiguem a diversidade e promovam debates. As produções são financiadas pelo próprio canal, e seus produtores podem comercializá-las internacionalmente, como aconteceu com *Black Mirror*. Mais informações em: <<https://www.channel4.com/corporate/about-4/who-we-are/what-is-channel-4>>. Acesso em: 29 jun. 2019.

<sup>6</sup> Disponível em: <<https://www.netflix.com/br/title/70264888>>. Acesso em: 23 jun. 2019.

<sup>7</sup> Disponível em: <<https://twitter.com/blackmirror>>. Acesso em: 30 jun. 2019.

<sup>8</sup> Disponível em: <[https://www.facebook.com/netflixbrasil/?brand\\_redir=6275848869](https://www.facebook.com/netflixbrasil/?brand_redir=6275848869)>. Acesso em 23 jun. 2019.

<sup>9</sup> Disponível em: <<https://twitter.com/NetflixBrasil>>. Acesso em: 23 jun. 2019.

<sup>10</sup> Disponível em: <<https://twitter.com/netflix>>. Acesso em: 23 jun. 2019.

---

milhões de seguidores. No *Instagram*, o *Netflix Brasil*<sup>11</sup> tem mais de 12 milhões de seguidores; e o perfil internacional<sup>12</sup> tem 15 milhões.

É nas publicações nas mídias sociais que a *Netflix* e a produção de *Black Mirror* têm contato mais direto com o público da série. As discussões de fãs são parte integrante das estratégias de narrativa transmídia e se estabelecem como fonte de pesquisa para produtores de entretenimento – seja para avaliação com vistas a lançamentos de novos produtos, seja para adequações em peças lançadas. Já os conflitos existentes nas interações de fãs ampliam o alcance dos produtos e temas, levando-os a novos possíveis consumidores. Como pontuam Jenkins, Green e Ford (2014, p. 237), é cada vez mais necessário o olhar para as audiências participativas: “A mobilização transmídia tira proveito das capacidades latentes de comunidades de comunicação.”

## 2 Pressupostos teóricos

Os conceitos da cultura de fãs, da convergência de mídias e da dinâmica transmídia norteiam a pesquisa aqui proposta. Para Jenkins (2009), a convergência diz respeito a um processo em que as funções dos meios já estabelecidos estão sendo transformadas com as novas tecnologias. Segundo Alzamora e Ziller (2013, p. 120), “A convergência midiática pressupõe o uso concomitante de ambientes midiáticos variados, regidos por lógicas comunicacionais dissonantes, embora complementares.”. Nesse sentido, é necessário recorrer à hipermediação, tratada por Scolari (2008) como “[...] *processos de intercâmbio, produção e consumo simbólico que se desenvolvem em um entorno caracterizado por uma grande quantidade de sujeitos, meios e linguagens interconectados tecnologicamente, de forma reticular entre si.*”<sup>13</sup> (SCOLARI, 2008, p. 113-114, grifos do autor. Tradução nossa).

Scolari (2013) afirma que, para um texto ser considerado transmídia, é preciso que vários meios sejam trabalhados na composição da narrativa, sempre com participações diferenciadas, adequadas ao suporte e ao dispositivo utilizado, mantendo a mesma estrutura narrativa. Assim, a hipermediação, que se interessa pela hibridização de linguagens e da convergência dos meios, reivindica um papel ativo do receptor na

---

<sup>11</sup> Disponível em: <<https://www.instagram.com/netflixbrasil/>>. Acesso em: 23 jun. 2019.

<sup>12</sup> Disponível em: <<https://www.instagram.com/netflix/>>. Acesso em: 23 jun. 2019.

<sup>13</sup> No original: “[...] *procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí.*” (SCOLARI, 2008, p. 113-114<sup>13</sup>, grifos do autor).

---

expansão da narrativa, atuando na produção, na difusão e na mixagem de conteúdos, além de contribuir para a sua propagação<sup>14</sup>, algo enfatizado também por Martino (2002, p. 36-37).

No entanto, a evolução do conceito indica, conforme Alzamora *et al.* (2019),

“[...] a dinâmica transmídia não se restringe às narrativas multiplataformas delineadas por indústrias de mídia, pois abarca também configurações midiáticas alternativas e circunstanciais. Retira-se, desse modo, qualquer conotação midiacêntrica da dinâmica transmídia. (ALZAMORA *et al.*, 2019, p. 199).

Assim, a dinâmica transmídia se apresenta, ainda, como estratégia para a manutenção e a fidelização do público, que tem grande facilidade de migrar de um suporte midiático a outro. O desafio, então, é manter a audiência engajada.

As mudanças no cenário midiático, com a convergência de mídias, fizeram com que certo poder fosse legado ao público, proporcionando mais facilidade em formação de grupos colaborativos de interesse comum. Como aponta Shirky (2012), esses grupos podem ser mobilizados com muita rapidez, com o que o autor chama de “[...] intuição social”, em torno de causas diversas. “Essa habilidade permite que grupos enfrentem tarefas maiores, mais complexas, mais dispersas e de duração maior que aquelas que qualquer pessoa poderia enfrentar sozinha.” (SHIRKY, 2012, p. 19).

Desde o fim do século XIX, chama-se de fãs os adoradores fiéis de produtos que vão dos esportes ao teatro e à cultura pop. Os fãs de produtos midiáticos culturais encontram-se em nichos e se reconhecem como pertencentes a uma mesma categoria, que partilha dos mesmos interesses.

Falar como fã é aceitar o que foi rotulado como posição subordinada na hierarquia cultural, aceitar uma identidade constantemente diminuída ou criticada pelas autoridades institucionais. Mesmo assim, ainda é falar de uma posição de identidade coletiva, forjar uma aliança com uma comunidade de outros em defesa de gostos que, de certa forma, não podem ser lidos como totalmente anômalos ou idiossincráticos. De fato, um dos comentários que mais se ouve dos novos fãs é de surpresa ao descobrir quantas pessoas compartilham do fascínio por determinado seriado, o prazer de descobrir que não estão sós. (JENKINS, 2015, p. 41-42).

---

<sup>14</sup> Para Jenkins, Green e Ford, a propagabilidade “[...] se refere ao potencial – técnico e cultural – de os públicos compartilharem conteúdos por motivos próprios, às vezes com a permissão dos detentores dos direitos autorais, às vezes contra o desejo deles.” (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 26).

---

Ativos e propensos a se adaptarem melhor às novas tecnologias (JENKINS, 2009, p. 188), os fãs da cultura pop participam de processos criativos vinculados aos seus objetos de culto. Para Jenkins (2009), as mudanças nas formas e nos processos de produção e distribuição de conteúdos facilitaram a circulação dos materiais criados por espectadores. De acordo com Jenkins (2015), grupos de fãs são “[...] uma subcultura que existe nas fronteiras entre a cultura de massa e o cotidiano, e que constrói sua identidade e seus artefatos de recursos tomados de empréstimo de texto que já estão em circulação.” (JENKINS, 2015, p. 24). Para o autor, os fãs mudam o modo como os produtos culturais midiáticos são consumidos, sendo por eles transformados em experiências mais complexas e intertextuais e, por isso mesmo, mais rica. Não são apenas receptores dos textos, mas participantes ativos da construção e da circulação de sentidos e significados das obras originais, mixando, tensionando e criando conteúdos novos.

Primo (2016) indica que as ações de fãs – que podem ser tanto celebradas pela indústria do entretenimento como consideradas ilegais (casos de disponibilização de arquivos, traduções, produções como as *fanfictions* de *Star Wars* com erotização dos personagens oficiais da saga, entre outras) – podem ser vistas, também, como “[...] formas de resistir ao controle dos grandes estúdios e editoras” (PRIMO, 2016, p. 21). De acordo com Santaella (2016, p. 45), as culturas participativas incluem afiliações formais ou informais em diferentes tipos de mídias; múltiplas plataformas e mudanças entre elas; afinidade, confiança e afetividade; soluções colaborativas; e circulação.

Para Recuero (2016), a participação é uma evolução da interação proposta inicialmente pelos sites de redes sociais. A autora (2014) avalia a conversação como “[...] porta através da qual as interações sociais acontecem e as relações sociais se estabelecem.” (RECUERO, 2014, p. 29), ou seja, um processo organizado e que detém ritos culturais próprios, caracterizado por acesso fácil a conversas já realizadas, assim como pela facilidade de busca-las nas plataformas em que se realizam; por replicabilidade das mensagens; e pela presença de audiências invisíveis (*Ibidem*, p. 54).

Shirky (2012) elenca três atividades características da formação de grupos de interesse: compartilhamento, cooperação e ação coletiva. O compartilhamento é, segundo o autor (p. 46), o modo mais simples de participação em um grupo, enquanto a cooperação é o que dá identidade ao agrupamento. “Uma forma simples de cooperação, quase universal nas ferramentas sociais, é a conversa [...]” (p. 46). Já a ação coletiva

---

exige um grau maior de comprometimento dos membros com o grupo, “[...] ao vincular a identidade do usuário à identidade do grupo.” (p. 48).

Porém, Primo (2016) salienta que a convergência entre produtores e consumidores é uma estratégia de a grande mídia trabalhar diferentemente a participação. O impasse entre a necessidade de cultivar tanto a participação como a interação do público, em confronto com a imposição de um limite bem estabelecido entre produtores e receptores, é um potencial campo de estudos dentro de uma dinâmica transmídia.

### 3 Justificativa

Conexões em rede via internet trouxeram um novo papel para o público consumidor. Não existiria mais uma audiência passiva, recebendo informações massificadas, mas um grupo ativo, que pode comentar, compartilhar, mesclar, criar e distribuir conteúdos. Tim O’Reilly (2007) definiu esse momento de aparente liberdade criativa e produtiva como Web 2.0, em uma conferência, realizada pela primeira vez em 2004, na qual analisou o comportamento da internet após o colapso do início dos anos 2000.

O autor aponta mudanças na maneira como a internet se organiza a partir de então, destacando a inclusão do público nos processos de produção de materiais da web. “O princípio central por trás do sucesso dos gigantes nascidos na era da Web 1.0 e que sobreviveram para liderar a era da Web 2.0 parece ser a adoção do poder da web no aproveitamento da inteligência coletiva.<sup>15</sup>” (O’REILLY, 2007, p. 22. Tradução nossa). Um dos exemplos são as *wikis*, em que o público cria, edita, corrige e faz curadoria de conteúdo. De acordo com O’Reilly, a Web 2.0 traz a confiança de que os usuários da rede seriam co-desenvolvedores de produções audiovisuais.

Contudo, o conceito de Web 2.0 já foi problematizado e superado por outros pesquisadores, como José Van Dijck (2013). Para a autora, as ideologias e as tecnologias da chamada Web 2.0 proporcionaram a criação e a troca de conteúdos produzidos pelos usuários da rede e, também, os aplicativos de plataformas de mídia social, que permitem interações de formas diversas entre as pessoas que delas fazem parte. Interatividade e participação são, de acordo com Van Dijck (2013), palavras que

---

<sup>15</sup> No original: “The central principle behind the success of the giants born in the Web 1.0 era who have survived to lead the Web 2.0 era appears to be this, that they have embraced the power of the web to harness collective intelligence.” (O’REILLY, 2007, p. 22).

podem descrever a chamada Web 2.0. Os usuários passaram a ter, em mãos, ferramentas não antes disponibilizadas, para que se empoderassem da comunicação on-line. A cultura da participação, segundo a autora (2013), mostra o potencial da web na construção de conexões e comunidades: a maior parte das plataformas de mídias sociais começou como um serviço indefinido de trocas comunicacionais ou como conteúdo criativo gerado entre amigos.

Todavia, a conectividade também evoluiu com as formas algorítmicas de codificação de informações. Com o uso dos algoritmos, as plataformas tentam conter seus usuários dentro de suas estruturas. Van Dijck (2013) esclarece que as mídias sociais são, então, sistemas automatizados que manipulam conexões por meio dos algoritmos, utilizando dados para influenciar o tráfego e monetizar as engrenagens de informação.

Se não é mais possível chamar o cenário de Web 2.0, ainda é mantida a cultura da participação do público, comentando, avaliando, classificando, compartilhando e discutindo conteúdos. “Participar é agir como se sua presença importasse, como se, quando você vê ou ouve algo, sua resposta fizesse parte do evento. [...] Participantes dão retorno.” (SHIRKY, 2011, p. 25). O público, antes audiência passiva, pode ser chamado, então, de audiência conectada: “[...] as pessoas agora se manifestam sobre os assuntos um milhão de vezes por dia, em incontáveis tipos de comunidades de interesse comum.” (*Ibidem*, p. 48).

Os fãs de produtos midiáticos culturais encontram-se em nichos e se reconhecem como pertencentes a uma mesma categoria, que partilha dos mesmos interesses. Os chamados *fandons*, grupos organizados de fãs, ganharam um novo *status* com a cultura digital. De acordo com Jenkins (2015, p. 24), são “[...] uma subcultura que existe nas fronteiras entre a cultura de massa e o cotidiano, e que constrói sua identidade e seus artefatos de recursos tomados de empréstimo de texto que já estão em circulação.” O autor aposta na participação ativa do público para que as obras de entretenimento ganhem novos sentidos e circulem por audiências mais amplas.

Van Dijck (2013) alerta que, ainda que o termo “social” esteja em uso, os usuários dessas plataformas não são, de fato, colaboradores e co-desenvolvedores de conteúdos que enriquecem as comunidades. Por outro lado, Jenkins (2009) e Scolari (2013) enfatizam que a transmídia é resultado, também, da participação público, criando,

---

remixando e distribuindo conteúdo, migrando de uma plataforma a outra, formando comunidades e discutindo sobre seus produtos favoritos.

O objetivo deste trabalho analisar de que forma a configuração transmidiática *Black Mirror* mobiliza formas diferenciadas de engajamento em suas temporadas. Para tanto, é preciso observar o papel do público no entretenimento em constante produção e como as audiências conectadas a *Black Mirror* se comportam diante das propostas publicadas pela *Netflix* em seus perfis em plataformas de mídias digitais.

#### **4 *Black Mirror*, a ficção científica e serialização**

O presente artigo trabalha com as obras audiovisuais que compõem a série *Black Mirror*, da *Netflix*, como um fenômeno de comunicação contemporâneo, e seus processos para conquistar e fidelizar a audiência. O seriado possui, até 2019, com cinco temporadas, um especial e um filme.

A primeira temporada, lançada pelo Channel 4 em 2011, conta com três episódios: “Hino nacional” (exibido pela primeira vez em 4 de dezembro); “Quinze milhões de mérito” (que foi ao ar em 11 de dezembro); e “Toda a sua história” (em 18 de dezembro). A segunda temporada retornou em 2013, também com três capítulos: “Volto já” (em 11 de fevereiro); “Urso branco” (em 18 de fevereiro); e “Momento Waldo” (em 25 de fevereiro). Em 16 de dezembro de 2014, foi ao ar o especial “Natal”.

Em 2015, a série *Black Mirror* foi comprada pela *Netflix*. A plataforma encomendou aos produtores mais episódios. A terceira temporada, já com a produção sob a chancela da *Netflix*, foi disponibilizada no dia 21 de outubro de 2016, com seis episódios: “Queda livre”; “Versão de testes”; “Manda quem pode”; “San Junipero”; “Engenharia reversa”; e “Odiados pela nação”. A quarta temporada, lançada em 29 de dezembro de 2017, também contou com seis episódios: “USS Callister”; “Arkangel”; “Crocodile”; “Hang the DJ”; “Metalhead”; e “Black Museum”.

O fim de 2018 trouxe a primeira incursão das produções interativas<sup>16</sup> da *Netflix* para o público adulto. Em 28 de dezembro, foi disponibilizado para os assinantes o

---

<sup>16</sup> Desde 2015, a *Netflix* oferece, em seu catálogo, obras chamadas interativas, em que a audiência pode escolher, entre duas opções, que caminhos uma história deve seguir. As primeiras quatro peças interativas foram disponibilizadas para o público infantil: *Minecraft Story Mode* (2015); *Gato de Botas preso em um conto épico* (2017); *Buddy Thunderstruck: a pilha do talvez* (2017); e *Stretch Armstrong: a fuga* (2018). A partir de então, as produções ditas interativas lançadas foram destinadas ao público adulto: *Black Mirror: Bandersnatch* (2018) e a série

filme interativo *Black Mirror: Bandersnatch*<sup>17</sup>. O primeiro longa derivado da série ficcional *Black Mirror* apresentou a interatividade para os consumidores do conteúdo adulto da plataforma. Produzido pela *Netflix*, em parceria com a House of Tomorrow, é apresentado como “Uma história alucinante, com múltiplos finais”<sup>18</sup>. Munida do controle remoto da televisão, do *joystick* do videogame ou com *tablet* ou *smartphone* em mãos, a audiência é orientada a tomar decisões que podem mudar os rumos da trama. As opções de ação são mostradas sempre com duas alternativas, no canto inferior da tela, e o público tem um tempo curto para determinar a sua escolha. Dez finais podem ser acessados, por meio de caminhos diferentes do público.

Em 5 de junho de 2019, a quinta temporada foi disponibilizada com três episódios: “Striking Vipers”; “Smithreens”; e “Rachel, Jack e Ashley Too”. A sexta temporada está prevista, porém sem data de lançamento confirmada.

“*Black Mirror* é uma série de ficção científica (FC), gênero literário (e cinematográfico) que tem por característica explorar sentimentos ambíguos em relação às consequências do desenvolvimento científico e tecnológico.”, aponta André Lemos (2018, p 14). O autor indica que comunicação de massa, redes digitais, sociedade do espetáculo, tecnologia e seus artefatos estão presentes no seriado, apresentados em um futuro distópico – mas não tão distante do momento atual – levando a reflexões sobre a sociedade atual. A tese de Lemos (2018) é que as reflexões expostas não tratam do futuro, mas do presente, visto pelo retrovisor. Assim, a proposta do autor encontra eco em Roberts (2018), que diz que a ficção científica tem como uma de suas características a utilização de mundos ou objetos diversos do usual em seu habitat empírico como forma de reflexão sobre a realidade.

A ficção científica [...] *realmente* pensa: não apenas no sentido de exercitar numerosos conceitos, possibilidades, dramas intelectuais e coisas semelhantes, mas no sentido mais profundo, de enquadrar o mundo em termos textuais, apresentando as alternativas dele. (ROBERTS, 2018, p. 52, grifo do autor).

---

*Você radical* (2019). Há o anúncio de um episódio especial interativo para a série *Unbreakable Kimmy Schmidt* (2015-2019), a ser disponibilizado no ano 2020.

<sup>17</sup> Mais informações técnicas em: < [https://www.imdb.com/title/tt9495224/?ref\\_=nv\\_sr\\_1?ref\\_=nv\\_sr\\_1](https://www.imdb.com/title/tt9495224/?ref_=nv_sr_1?ref_=nv_sr_1)>. Acesso em: 21 jun. 2019.

<sup>18</sup> Disponível em: < <https://www.netflix.com/search?q=bandersnat&jbv=80988062&jbp=0&jbr=0>>. Acesso em: 21 jun. 2019.

---

A definição do que é ficção científica não é algo pacificado, mas ainda em discussão. Com base na leitura de diversos autores, Roberts (2018) estabelece uma linha de possibilidades para delimitar a ficção científica:

Não há entre esses diversos pensadores um consenso simples sobre o que é FC, além do acordo de que é uma forma de discurso cultural (em essência literário, mas nos últimos tempos cada vez mais cinematográfico, televisual, de quadrinhos e relacionado a jogos, eletrônicos ou não) que envolve a concepção de um mundo, de um modo ou de outro, diferenciado do mundo real em que os leitores vivem. (ROBERTS, 2018, p. 39).

O autor (2018, p. 40) opta por tratar FC como uma versão específica da literatura fantástica<sup>19</sup>. O florescimento da ficção científica como gênero narrativo<sup>20</sup> nos séculos XIX e XX é indicado como reativo às grandes mudanças tecnológicas, científicas e culturais. A ciência e o seu desenvolvimento, a partir do século XIX, tomaram o espaço da cultura, sendo, assim, possível que participassem das produções de ficção.

Porém, Roberts (2018, p. 42; p. 50) destaca que a maior parte da produção em ficção científica está ligada à extrapolação tecnológica<sup>21</sup>. As tecnologias digitais são uma das quatro mais presentes nas narrativas desse segmento (as demais são espaçonaves, robôs e máquinas do tempo). Roberts (2018, p. 60) propõe que o nome correto seja ficção tecnológica. A série *Black Mirror*, enquadrada como ficção científica, indica seu alinhamento com as discussões atuais do gênero, envolvendo avanços da tecnologia e seus impactos na sociedade.

É preciso destacar que *Black Mirror* é um produto serializado, com a narrativa dividida em episódios. Narrativas desse tipo surgiram com a criação dos periódicos do século XIX, sendo utilizadas como estratégia de fidelização do leitor. A serialização está presente em produtos diversos do entretenimento, de livros ao cinema; das novelas e séries televisivas aos jogos eletrônicos e de tabuleiro. Segundo Esquenazi (2011, p. 113), há um tipo de série televisiva em que uma fatalidade ou um peso marcam todos os episódios. O autor se refere, aqui, a produções em que os arcos narrativos são de

---

<sup>19</sup> Para literatura fantástica, ver Todorov (2014).

<sup>20</sup> Sabe-se que a discussão de gênero narrativo precisa ser realizada com mais precisão, mas optou-se pelo não aprofundamento da questão no momento. Para este trabalho, adotamos a seguinte visão: “O gênero é uma forma de agrupar obras literárias que contenham algum grau de semelhança. Ao elencar as características do gênero, podemos verificar se suas peculiaridades são respeitadas quando o texto muda de suporte e em que medida as características do novo meio utilizado influem na manutenção ou não dos atributos que determinam a categoria literária do produto.” (BORGES, 2017, p. 26).

<sup>21</sup> Entende-se que é necessária uma reflexão mais aprofundada sobre tecnologia e técnica, como contextos da narrativa de *Black Mirror*. É preciso evocar Heidegger (1977) para que essa discussão seja ampliada.

---

continuidade ao longo das temporadas. *Black Mirror*, mesmo que não se enquadre nesse tipo de narrativa com arcos maiores (já que seus personagens e universos narrativos não se repetem de um episódio ou uma temporada para outro), mantém um fio condutor costurando o pertencimento das histórias: a resposta da sociedade à tecnologia digital. Essa filiação temática pode ser vista como a fatalidade apontada por Esquenazi (2011).

Mittell (2012) afiança que os programas com narrativas complexas (que ampliam a narrativa televisiva convencional), como é a série *Black Mirror*, têm uma tendência maior a serem adotados pela audiência e, assim, construir bases amplas de fãs ativos e conectados. As narrativas complexas fogem, segundo o autor, da uniformidade das produções seriadas convencionais. Assim, em *Black Mirror* há, ao menos, três características que impactam a audiência: o uso da ficção científica como tema; a serialização, ainda que sem grandes arcos narrativos permeando os episódios; e o uso da narrativa complexa.

## 5 Proposta metodológica

Com o estágio inicial da pesquisa aqui proposta, é preciso salientar que a proposta de metodologia ainda está em estudo. Porém, alguns caminhos já se apontam como possibilidades para que o trabalho seja concluído. Como afirmam Freeman e Gambarato (2019), as pesquisas em transmídia se debruçam sobre um fenômeno híbrido. Os autores indicam possibilidades metodológicas envolvendo abordagens ontológica, epistemológica, fenomenológica e semiótica, entre outras.

Segundo Tosca e Klastrup (2019, p. 392-393), os mundos transmidiáticos são atos de imaginação que promovem o encontro de narrativas que pertencem a um mesmo universo, que é aberto e incompleto, exigindo a experiência do público para preencher as lacunas deixadas pelas obras. Dessa forma, é necessária a análise da conversação do público acerca dos produtos. Com métodos digitais de coleta, como indicam D'Andréa e Melgaço (2019), é possível capturar as postagens do público nas mídias sociais em resposta ao material publicado pelo perfil oficial da *Netflix*, quando na divulgação dos episódios de *Black Mirror*. Pela API<sup>22</sup> mais aberta e acessível, a plataforma *Twitter* mostra-se mais adequada, neste momento, para a coleta desses dados. Nessa visada, as

---

<sup>22</sup> As *Application Programming Interface* são regras de funcionalidade das plataformas oferecidas a aplicativos e sites que pretendem utilizar das primeiras para estudos ou outras funcionalidades, sem que detalhes técnicos de implementação sejam oferecidos.

*affordances* da plataforma precisam ser abordadas, pois determinam o que o público poderá fazer com o conteúdo com o qual interage. O tratamento dos dados é feito em *software* a isso dedicado. A sugestão inicial é o *Gephi*, com a possibilidade de observar a formação de grupos por temas de discussões ou afiliações diversas, como em Recuero, Bastos e Zago (2015).

Entende-se que é necessário observar como as conversações se estabelecem, sendo que o mapeamento dos atores, temas e desdobramentos, que caracterizam a integração do público à dinâmica transmídia, é também imprescindível. Dessa forma, têm-se, também, a Teoria Ator-Rede como horizonte, visto que compreende as controvérsias criadas em grupos sociais .

## **6 Considerações finais**

*Black Mirror* se apresenta, portanto, como um produto audiovisual que utiliza questões contemporâneas sobre tecnologia para gerar discussões e debates, como proposto para as produções originais do Channel 4 britânico. Ao ser adquirida pela *Netflix*, a série passa a ter um alcance ampliado, sendo uma das principais séries do catálogo da plataforma. A temática da tecnologia e de seus impactos na sociedade, permeando os episódios, o especial e o filme já disponibilizados, indica possibilidades de ampliação da narrativa, que tem uma série de livros anunciada pelos produtores a ser publicada em breve. O primeiro livro já está publicado nos Estados Unidos e no Reino Unido, ainda sem lançamento previsto no Brasil.

Estudar as estratégias de engajamento mobilizadas pela *Netflix*, enquadradas na configuração transmidiática da série, mostra-se, portanto, como um campo aberto a ser explorado pela pesquisa doutoral em início, exposta neste artigo. Entre os próximos passos, estão a ampliação do estado da arte da dinâmica transmídia, do engajamento e da cultura de fãs e o estabelecimento de uma metodologia de análise que abarque a complexidade da análise proposta.

Por hora, entende-se que a *Netflix*, com a série *Black Mirror*, promove a interação entre os fãs da série em suas páginas de mídias sociais. Ainda não é possível determinar como a plataforma agencia o engajamento do público e o torna parte da dinâmica transmídia em torno do seriado. Assim, a pesquisa com maior fôlego e aprofundamento,

---

durante a realização do período do doutorado, pretende responder as questões ainda incipientes lançadas neste artigo.

## REFERÊNCIAS

ALZAMORA, Geane; TARCIA, Lorena. Convergência e Transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, v. 8, n. 1, p. 22-35, 2012.

ALZAMORA, Geane; ZILLER, Joana. A dinâmica associativa das mídias sociais: semiose e convergência. **Dossiê Teccogs**, n. 8, p. 114-130, jun-dez/2013.

ALZAMORA, Geane; TÁRCIA, Lorena; ANDRADE, Luciana; BARROS, Vitória. Percursos teórico-metodológicos em dinâmica transmídia: jornalismo, educação, ativismo e entretenimento. In: MARTINS, Bruno; MOURA, Maria Aparecida; PESSOA, Sônia Caldas; VIANNA, Graziela Mello. **Experiências metodológicas em textualidades midiáticas**. Belo Horizonte (MG): Relicário, 2019.

BORGES, Aline Monteiro Xavier Homssi. **Personagens e universos narrativos em adaptações e narrativas transmídia**: análise de A dança dos dragões e produtos derivados. 2017. 247 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas, Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2017.

D'ANDRÉA, Carlos; MELGAÇO, Leonardo. **TECNOLOGIAS EMERGENTES**: 'questões problemáticas' do VAR tuitadas durante a Copa 2018. In: Anais do XXVIII Encontro Anual da Compós, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre - RS, 11 a 14 de junho de 2019. Disponível em: [http://www.compos.org.br/biblioteca/trabalhos\\_arquivo\\_VN6227YW3OMGFVD5GMKV\\_28\\_7447\\_18\\_02\\_2019\\_11\\_51\\_43.pdf](http://www.compos.org.br/biblioteca/trabalhos_arquivo_VN6227YW3OMGFVD5GMKV_28_7447_18_02_2019_11_51_43.pdf). Acesso em: 21 Jul. 2019.

ESQUENAZI, Jean-Pierre. **As séries televisivas**. Tradução de Pedro Elói Duarte. Lisboa (Portugal): Edições Texto & Grafia, 2011.

FREEMAN, Matthew; GAMBARATO, Renira Rampazzo. **The Routledge Companion to Transmedia Studies**. New York (EUA): Routledge, 2019.

HEIDEGGER, Martin. **The question concerning technology, and orther essays**. New York (EUA): Harper & Row, Publishers, 1977.

---

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução de Susana Alexandria. 2. ed. São Paulo (SP): Aleph, 2009.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. Tradução de Patrícia Arnaud. São Paulo (SP): Aleph, 2014.

JENKINS, Henry. **Invasores do texto**: fãs e cultura participativa. Tradução de Érico Assis. Nova Iguaçu (RJ): Marsupial Editora, 2015.

LEMOS, André. **Isso (não) é muito Black Mirror**: passado, presente e futuro das tecnologias de comunicação e informação. Salvador (BA): EDUFBA, 2018.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais**: linguagens, ambientes, redes. Petrópolis (RJ): Vozes, 2014.

MARTINS, Bruno; MOURA, Maria Aparecida; PESSOA, Sônia Caldas; VIANNA, Graziela Mello. **Experiências metodológicas em textualidades midiáticas**. Belo Horizonte (MG): Relicário, 2019.

MITTELL, Jason. Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea. In: **MATRIZES**. Ano 5 – nº 2 jan./jun. 2012. São Paulo (SP); p. 29-52.

O'REILLY, Tim. What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. In: **COMMUNICATIONS & STRATEGIES**, nº 65, 1st quarter 2007, p. 17.

PRIMO, Alex (Org.). **Interações em rede**. Porto Alegre (RS): Sulina, 2016.

RECUERO, Raquel **A conversação em rede**: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet. Porto Alegre (RS): Sulina, 2014.

RECUERO, Raquel; BASTOS, Marcos; ZAGO, Gabriela. **Análise de redes para mídia social**. Porto Alegre (RS): Sulina, 2015.

RECUERO, Raquel. Nó 3 – Atos de ameaça à face e à conversação em redes sociais na internet. In: PRIMO, Alex (Org.). **Interações em rede**. Porto Alegre (RS): Sulina, 2016.

ROBERTS, Adam. **A verdadeira história da ficção científica**: do preconceito à conquista das massas. Tradução de Mário Molina. São Paulo (SP): Seoman, 2018.

SANTAELLA, Lucia. Nó 2 – Intersubjetividade nas redes digitais: repercussões na educação. In: PRIMO, Alex (Org.). **Interações em rede**. Porto Alegre (RS): Sulina, 2016.

SCOLARI, Carlos. **Hipermediaciones**: Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Barcelona (Espanha): Gedisa Editorial, 2008.

SCOLARI, Carlos Alberto (Org.). **Ecología de los medios**. Barcelona (Espanha): Editorial Gedisa, 2015. E-book.

SCOLARI, Carlos Alberto (Org.). **Narrativas transmedia**: Cuando todos los medios cuentan. Barcelona (Espanha): Deusto, 2013. E-book.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Tradução de Celina Portocarrero. Rio de Janeiro (RJ): Zahar, 2011.

SHIRKY, Clay. **Lá vem todo mundo**: o poder de organizar sem organizações. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro (RJ): Zahar, 2012.

TODOROV, Tzvetan. **Introdução à Literatura Fantástica**. Tradução de Maria Clara Correa Castelo. São Paulo (SP): Perspectiva, 2014.

TOSCA, Susana; KLASTRUP, Lisbeth. An experience approach to transmedia fictions. In: FREEMAN, Matthew; GAMBARATO, Renira Rampazzo. **The Routledge Companion to Transmedia Studies**. New York (EUA): Routledge, 2019.

VAN DIJCK, José. **The culture of connectivity**: a critical history of social media. New York (EUA): Oxford University Press, 2013.