

---

## Como se Formou a "TV de Qualidade"? Reconfigurações de Qualidade Televisiva nas Ficções-Seriadas Estadunidenses<sup>1</sup>

Gabriel FERREIRINHO<sup>2</sup>  
Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

### RESUMO

O artigo apresenta certas categorias que desenvolveram noções de “qualidade televisiva” desde os primeiros desenvolvimentos do meio até os contextos atuais. Ainda nas primeiras experimentações, os principais indicativos de uma “TV de qualidade” giravam em torno da expectativa da distribuição de alta cultura. Com o desenvolvimento de modelos de distribuição por canais a cabo, “qualidade” começa a envolver uma relação com audiências específicas, narrativas mais liberais e valorização de técnicas de imagem. As noções de qualidade contemporâneas passam a envolver relações de autoria, de protagonistas anti-heróis e de narrativa complexa. Os processos históricos revelam as relações de poder envolvidas no estabelecimento de qualidades televisivas.

**PALAVRAS-CHAVE:** TV de qualidade; ficção-seriada; estudos de televisão; qualidade televisiva.

### Introdução

Desde sua criação como meio de comunicação, a televisão passou por diversos discursos em relação à qualidade de suas produções. De início, a perspectiva de uma mídia que poderia ser acessada por milhares de pessoas em suas próprias casas levantava expectativas de que finalmente uma cultura “elevada”, ligada à elite, chegaria para todos. No Brasil, inclusive, havia a esperança de que a televisão poderia influenciar outros meios, como o rádio, e difundir debates considerados legítimos (FREIRE FILHO, 2004; MUANIS, 2015).

Em pouco tempo, essa visão perdeu força para a concepção de que a televisão é um meio massivo, dessa forma, apenas interessado em entregar conteúdos simples e não elaborados, que atendam a uma demanda já existente por parte do público consumidor (a massa) e, dessa forma, incapazes de serem entendidos enquanto arte, mas sim, como obras alienantes e vulgares.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Estudos de Televisão e Televisualidades, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutorando do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, e-mail: [gabrielferreirinho@gmail.com](mailto:gabrielferreirinho@gmail.com).

---

Não nos é estranho, até hoje, considerar produtos televisivos muito populares como inferiores, principalmente quando são ligados ao feminino, como é o caso das novelas e *soap operas*, que muitas vezes são descritas de maneira depreciativa, mesmo no Brasil. Esse preconceito é histórico e remete tanto ao momento da grande circulação de romances por folhetins quanto ao desenvolvimento do melodrama.

No caso da televisão, esses discursos causam um desconforto a mais, considerando a história do campo de pesquisas sobre o meio. Foram exatamente pesquisas feministas sobre representações femininas e o interesse pelas características que faziam da TV uma mídia desprezada que desencadearam o desenvolvimento de uma atenção especial para os estudos televisivos no meio acadêmico.

A década de 1980 traz uma diferença (que permanecerá com o passar das décadas) com a proliferação de canais a cabo nos Estados Unidos e a busca por um público “segmentado”, com foco naqueles que não seriam tão facilmente encontrados na televisão comum (TV aberta/*broadcasting*); apesar de um aumento ínfimo na representatividade, a busca era por um público jovem, urbano e com poder aquisitivo, através de narrativas com debates um pouco mais desafiadores e liberais.

A transição dos anos 1990 para os 2000 embaça levemente as hierarquias entre os modos de veiculação, porém mantendo como maior sinônimo de qualidade ainda os canais a cabo, assim como os veículos de *streaming* que, eventualmente, começam a aparecer. Três categorias acabam sendo recorrentes para uma série ser considerada de qualidade nas décadas mais recentes: uma maior ênfase na questão autoral, figurada na função de *showrunner*; o anti-herói como protagonista, personagens com morais questionáveis, que farão o necessário para atingir seus objetivos e que, em sua maioria, são representados por homens; e a narrativa complexa, tanto uma estratégia narrativa, quanto uma construção discursiva por parte da crítica, que vai pontuar como mais legítimo as séries que constroem narrativas elaboradas no sentido de desenvolver uma relação com certas audiências e aguçar a curiosidade sobre as operações do roteiro.

Apesar de haver uma proliferação de ficções-seriadas, principalmente pelo aumento na produção de séries na televisão estadunidense, ainda existe uma hierarquização entre aquelas que são vistas como “mais legítimas” e aquelas que são banais. O que nos leva à discussão de quais televisões são escolhidas como “de qualidade” e quais são entendidas como “ordinárias” e menores. Isso nos permite levantar a hipótese de que tal “qualidade” seria muito mais facilmente encontrada em

---

dramas; com personagens e representações masculinas, brancas; dentro de produções que utilizam tecnologias e técnicas mais atuais, logo, mais caras.

Para entendermos os sentidos que farão parte da chamada “TV de qualidade” estadunidense, é fundamental que entendamos quais foram as trajetórias discursivas nas relações com o meio televisivo, por parte da academia, da indústria e da crítica, que nos trouxeram para o momento contemporâneo.

### **A expectativa de um meio para distribuir “alta cultura”**

Nas primeiras explorações da mídia televisiva, logo no começo de seu desenvolvimento, os preconceitos que hoje conhecemos com o meio ainda não estavam tão difundidos socialmente; como a ideia de que é uma mídia alienante, com pouca capacidade de trazer informações válidas e sem produções com expressividade artística e estilística. Apesar de hoje não estarmos acostumados com a expressão “oitava arte”, ela chegou a ser usada principalmente durante o que ficou conhecido como a primeira “era de ouro<sup>3</sup>” da televisão (convencionalmente concebida entre a segunda metade dos anos quarenta e a primeira metade dos anos sessenta); um momento em que a ojeriza intelectual com o meio de comunicação ainda não era enfática. Principalmente pela premissa de que o meio televisivo poderia ser enxergado como possível difusor de uma cultura válida e letrada, através das adaptações literárias e teatrais, conferências e debates literários, era produzida uma televisão que faria com que classes populares tivessem mais fácil acesso a obras caras às elites (FREIRE FILHO, 2004; MUANIS, 2015; CASTELLANO; MEIMARIDIS; FERREIRINHO, 2019).

Como aponta Freire Filho (2004), não é difícil perceber que as primeiras experimentações com a televisão brasileira envolviam uma celebração híbrida do capital econômico e capital cultural (BOURDIEU, 2007b), em um meio até então inimaginável, que combinava a possibilidade de distribuição de imagens e sons a diversas pessoas; no Brasil, inclusive, era pensado que a televisão poderia influenciar outros meios, elevando todos aos debates e apreciações que eram considerados legítimos, ou seja, servindo como difusor de obras e estilos de “alta cultura”. Isso não foi o caso específico do Brasil, nos Estados Unidos, por exemplo, a década de 1950 também foi marcada por *teleplays* (peças escritas ou adaptadas para a televisão) como signos de qualidade, pois

---

<sup>3</sup> “Apesar de muitos autores concordarem que as produções da primeira *golden age* foram de ‘qualidade’, Thompson (1997) argumenta que os programas televisivos da década de 1950, até mesmo pela precariedade técnica que marca o período, eram de péssimo padrão” (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2018b, p. 202).

---

trariam o prestígio cultural dos palcos de Nova Iorque elevando o meio de comunicação (HOWELL, 2017).

Porém, conforme a televisão brasileira se aproximava dos anos sessenta, a esperança de uma mídia voltada aos intelectuais e à “alta cultura” já estava em declínio. Isso porque, apesar de muitos textos se voltarem às óperas e teatros filmados que eram exibidos na época, essa não foi a única programação da “primeira era de ouro”, mas muitos outros programas se fundamentavam em torno dos entretenimentos populares (como *soap operas* e *game shows*); além disso, as próprias adaptações advindas de artes mais legítimas começaram a ser criticadas devido aos cortes, considerados mutilações nas obras originais (FREIRE FILHO, 2004; CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2018b).

A concepção social da televisão teve uma reconfiguração pautada principalmente em dois aspectos. Em primeiro lugar, com o desenvolvimento dos discursos sobre indústria cultural, principalmente a partir das discussões da Escola de Frankfurt, o meio televisivo deixou de ser interessante aos intelectuais, que adotaram uma postura fervorosamente crítica, desenvolvendo e reforçando teorias de cultura de massa e a de passividade por parte de telespectadores, que eram reforçadas pelas práticas de medição de audiência que se tornavam hegemônicas (MUANIS, 2015). Esse tipo de perspectiva corrobora com as colocações de Bourdieu (2007a; 2007b), que, ao investigar diferentes valorizações de bens simbólicos, percebe como existe uma cisão no que vai ser entendido como obra de arte pura e legítima e os bens simbólicos que vão circular dentro de uma lógica mercadológica, concebidos como mera posse material.

O que nos leva ao segundo aspecto, apesar de não separado: a relação da mídia televisiva com o universo da feminilidade. Desde o desenvolvimento de uma indústria cultural, pautada na produção em série, e principalmente através da união da imprensa cotidiana com a literatura, surge um novo tipo de consumo cultural entendido como “menor”, principalmente por se tratar das primeiras possibilidades de acesso por parte de camadas sociais (como os mais pobres e as mulheres) até então excluídas (HUYSEN, 1996; BOURDIEU, 2007b; CASTELLANO; MEIMARIDIS; FERREIRINHO, 2019). Inclusive, a ideia de comunicação de massa, e a visão majoritariamente negativa por parte das pessoas (intelectuais ou não) é ligada à ideia de um feminino. A massa é entendida e representada muitas vezes como uma mulher de forma pejorativa, a partir dos sentidos de histeria generalizada, falta de racionalidade e, também, como ameaça política (HUYSEN, 1996). A televisão seguiu essa mesma

---

lógica pelos olhares hegemônicos; por ser uma mídia ligada aos modelos de produção industrial, pelo interesse econômico e por ser entendida como uma mídia doméstica endereçada às massas foi entendida como feminina e não legítima (NEWMAN; LEVINE, 2012).

Foi exatamente essa relação da mídia televisiva com a feminilidade que gerou novamente o interesse intelectual pela televisão nos anos 80, dessa vez por iniciativa das pesquisadoras feministas nos Estados Unidos e na Inglaterra, que começaram a investigar as representações das mulheres no melodrama a partir da análise de *soap operas* (que, junto às novelas, são até hoje um dos produtos televisivos mais populares, principalmente na América Latina<sup>4</sup>, mas com projeção mundial); o que culminou na formação de uma nova área nos estudos culturais e de mídia chamado de *television studies* (MEIRELLES, 2008; CASTELLANO; MEIMARIDIS; FERREIRINHO, 2019). A atenção para um gênero tido como feminino e emocional combinada com a investigação das representações da mulher na televisão significou uma valorização da audiência feminina, da feminilidade em si e, pautada na crítica feminista, uma demarcada oposição ao sexismo e patriarcado institucional (MEIRELLES, 2008; KACKMAN, 2010). Ou seja, daqui em diante ficará explícito, como Newman coloca, (2016, p. 2) que “TV de qualidade é, assim, um conceito que combina duas formas de julgamento: um textual e outro social<sup>5</sup>”.

### **O interesse por uma audiência diferenciada**

Ao final dos anos 60, foi compreendido pelas emissoras e pelos anunciantes nos Estados Unidos que mudar as estratégias de distribuição poderia ser mais vantajoso economicamente, no sentido de trocar a intenção de alcance pelo maior público possível pela busca de consumidores segmentados por categorias demográficas (NEWMAN, 2016). Isso tomou proporções palpáveis na transição dos anos 1970 para 1980, com o aumento da competição pela audiência e anunciantes que se desenvolveu com a abertura de diversos canais a cabo (*narrowcasting*). Ao longo desse processo, se solidificou a noção de que o público era também uma possibilidade de venda por parte das emissoras para patrocinadores que buscavam dialogar diretamente com certos perfis, principalmente um público urbano, jovem, liberal e com renda disponível; além disso, convencionou-se distinguir o público segmentado da audiência massiva, inclusive por

---

<sup>4</sup> MAZZIOTTI, Nora. Telenovela, industria y practicas sociales. Bogotá: Grupo Editorial Norma, 2006.

<sup>5</sup> No original: “Quality TV is thus a concept that combines two forms of judgment: one textual, and the other social”.

---

parte do próprio público, que tinha a possibilidade de se sentir superior sobre “a massa” (SEWELL, 2009; CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2018a).

É nesse contexto que se estabeleceu a considerada “segunda era de ouro” da televisão estadunidense; e é na década de 1980 em que aparecem os primeiros discursos sob a alcunha do conceito “TV de qualidade”, a partir do livro de Jane Feuer (1984), na qual trabalham as produções da *MTM Enterprises* como detentoras de um “fator de qualidade” que seria advindo, entre outras coisas, da liberdade criativa permitida pela empresa que culminaria em programas sofisticados (MUANIS, 2015; CASTELLANO; MEIMARIDIS; FERREIRINHO, 2019).

(...) tais séries se diferenciariam por uma valorização até então não demonstrada, trazida pelas produtoras independentes, que oxigenaram a programação com novas ideias e criatividade, ousando e quebrando os antigos paradigmas, livres da rigidez das *majors*<sup>6</sup>, saindo dos estúdios e filmando em locações. Eram novos programas, que permitiam diversas leituras e atendiam a um público relativamente jovem e sofisticado, urbano, com textos considerados bons. Programas literários, complexos e profundos, que apresentavam ao mesmo tempo os prazeres de fruição exigidos pelo que seria, de acordo com Catherine Johnson (2005: 58), o “espectador médio” (MUANIS, 2015, p. 88).

Parte dessa cisão com paradigmas antigos advinha exatamente da relação com as discussões da segunda onda do feminismo e os movimentos de libertação das mulheres. Novas temáticas e representações das mulheres na tela estavam sendo produzidas desde os anos 1970 e foi um aspecto comum em diversas séries que receberam a nomeação da qualidade; no caso da *MTM*, um dos elementos principais na fórmula para o sucesso era a representação de uma mulher branca solteira que vivia sozinha (NEWMAN, 2016). Além disso, Newman (2016) expõe como Feuer descreve as narrativas como mais gentis e com humor pautado mais no reconhecimento do que no insulto, enquanto para o autor esse sucesso era praticamente advindo de uma combinação de pautas liberais e humor “inteligente”.

Apesar dessa reconfiguração na proliferação e legitimidade de representações femininas, essas transformações foram pautadas fundamentalmente no interesse econômico de um mercado que percebia um potencial grande público consumidor (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2018a); até porque as representações ainda não fugiam de uma hegemonia branca, urbana e classe média. Já no começo da década de 1980, a NBC havia desenvolvido uma estratégia de lucro em publicidade nos valores de

---

<sup>6</sup> “*Majors*” se refere às emissoras de televisão aberta (broadcast).

uma emissora de primeiro lugar na audiência, embora fosse considerada a terceira, porque os anunciantes estavam dispostos a pagar mais por um público com capital econômico que não costumava assistir à televisão aberta (SEWELL, 2009). Também é nessa fase que começam a se desenvolver “maiores” preocupações com a representatividade na tela, com a incorporação de personagens para além da hegemonia branca; duas séries hoje consideradas emblemáticas desse momento, *Hill Street Blues* (1981–87) e *St. Elsewhere* (1982-88), apresentavam em seu elenco pelo menos um homem negro. Lotz (2014) aponta que esse momento da televisão também apresentou o começo da proliferação de diferentes masculinidades que contrastavam dentro de uma mesma série.

Porém, não só o aumento nas produtoras e canais e as reconfigurações nas representações, nos conteúdos e gêneros audiovisuais foram parte das discussões da TV de qualidade. A partir dos anos 1980, o cuidado com a forma foi um caráter de exploração da televisualidade e suas qualidades, desde a composição das imagens, por exemplo, através da iluminação por zona que trouxe profundidade à imagem televisiva, até as experimentações gráficas que ficaram marcadas pela programação da MTV tanto em suas vinhetas como em videoclipes (MUANIS, 2015).

Dos anos 1980 em diante, a denominação “de qualidade” não é utilizada apenas para vender espaço para a publicidade, mas um fator de distinção para a identidade de marca das emissoras; desde o exemplo do slogan da NBC, “NBC, Quality Television<sup>7</sup>” (veiculado em 1983) até o emblemático slogan da HBO “It’s not TV, it’s HBO<sup>8</sup>”, no qual fica explícita a lógica de que a boa televisão será sempre aquela que se separa da ideia de televisão, a boa televisão será aquela que não for televisão (SEWELL, 2009; MUANIS, 2015). Ao fim da década, a noção de TV de qualidade se baseava em uma atenção “estética” (o que significou, e ainda significa muitas vezes, valor econômico), na procura por um público segmentado “de qualidade” (que tem gênero, raça e classe), e em um conteúdo levemente desafiador (em diálogo com as pautas liberais do período).

A década de 1990 desenvolveu ainda mais a ideia de públicos segmentados através da proliferação de canais a cabo e dentro de suas grades de programação. E a noção de “TV de qualidade”, no fim da década, já se configurava para o sentido do discurso contemporâneo, sendo proferido regularmente para se referir a séries

---

<sup>7</sup> “NBC, Televisão de Qualidade”, tradução nossa.

<sup>8</sup> “Não é TV, é HBO”, tradução nossa.

dramáticas estadunidenses que traziam inovações técnicas e maior orçamento de produção, com trabalhos de pós-edições mais complexos e imagens de alta definição (IMRE, 2014; MUANIS, 2015). Essas produções eram muito mais presentes em canais por assinatura e carregavam consigo o prestígio de serem obras “mais artísticas” e não reféns de anunciantes, mas eram respostas ao próprio mercado, que cada vez mais associava narrativas originais a identidades de marca dos canais (LOTZ, 2014).

### **As noções de “qualidade” contemporâneas**

Historicamente, a televisão tem sido negada como uma forma artística legítima no quesito estético, diferente de outras expressões mais antigas, sendo a mais próxima o cinema. Esse interesse na valorização estética impactou ainda mais fortemente o contexto dos anos 1990 e 2000 e vem sendo construído entre as séries televisivas a partir da dicotomia “boas” e “ruins” (NEWMAN, 2016). Para Jaramillo (2013), na história da televisão, existiram cinco obstáculos principais para a categorização da mídia como uma expressão cultural de validade estética: o imperativo comercial por trás do meio; o discurso de que servia como veículo para informações rápidas e fáceis; a relação da televisão com a comunicação de massa (que não tem espaço para a arte); o foco na execução de programação ao vivo, que apesar de ser uma importante característica própria (que a distingue do cinema, por exemplo), também foi responsável por uma restrição dos aspectos visuais e auditivos; e a imaturidade técnica, que inclui, como a autora coloca, a tela.

Diversas pesquisas apontam para o incômodo de, em anos de desenvolvimento e pesquisa do meio televisivo, não termos desenvolvido uma linguagem que possa discutir a televisão em termos artísticos próprios de suas imagens, sons e narrativas (MITTELL, 2006; JARAMILLO, 2013). Isso fez com que, na história da televisão, grande parte das séries que se destacassem fossem descritas a partir de categorias de outras formas artísticas, seja para relacionar a trama com o universo da literatura, seja para relacionar as “belas” imagens com as imagens do cinema. Jenkins (2013) descreve como o termo “cinemático” e, podemos adicionar, a expressão “parece um filme” são utilizados para descrever séries que elaboram os elementos gráficos e pictóricos mais do que o que seria “comum” à televisão; dessa forma, elevando tanto os trabalhos artísticos de iluminação e colorização, por exemplo, quanto a aplicação de efeitos especiais produzidos digitalmente.



A qualificação de certas produções televisivas como “cinematográficas” perpetua as noções de hierarquia entre meios, na qual o cinema teria concentrado uma essência que equivale àquela que falta à televisão; além de não desenvolver em nenhum sentido significativo as reflexões sobre para quais caminhos as imagens e sons da televisão estão se dirigindo (JARAMILLO, 2013). De um lado, a televisão considerada “refinada” será associada ao cinema, do outro, a televisão que é televisão será aquela ligada ao excesso; nas palavras da autora: “‘Cinematográfico’ remove o texto e estilo televisivo do meio e o transporta para outro lugar<sup>9</sup>” (JARAMILLO, 2013, p. 73).

No passado, cinema e televisão já estiveram mais afastados, e a elevação da produção técnica televisiva na comparação com a cinemática, envolvia os tipos de equipamento, relacionados diretamente à questão econômica, na qual, quanto mais caro, mais bonito e mais bem feito. Contudo, recentemente, a produção televisiva se equipara economicamente e, assim, tecnicamente e tecnologicamente com as produções ligadas ao cinema<sup>10</sup>; sendo um ponto crucial dessa conexão o período de convergência midiática (MILLS, 2013).

No período de transição para os anos 2000 o esforço de legitimação cultural da televisão se intensifica (NEWMAN, 2016). E, além das categorias já relatadas, outras três tornam-se recorrentes para que uma série seja considerada de qualidade: a noção de autoria<sup>11</sup>, que toma forma na figura do showrunner mais pra frente; o anti-herói como protagonista; e a narrativa complexa.

Apesar de a ficção seriada ser historicamente um trabalho coletivo, em suas diversas etapas de produção, desde os anos 70 e 80 já havia olhares voltados para a figura do que viria a ser entendido como *showrunner*, que representa exatamente a detenção de poder sobre a criação.

---

<sup>9</sup> No original: “‘Cinematic’ removes the television text and its style from the medium we are studying and transplants it elsewhere”.

<sup>10</sup> Diversas notícias, por exemplo, relataram como a última temporada de *Game of Thrones* realizou uma batalha “nunca antes vista na televisão”. Ver: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2019/04/game-of-thrones-exibe-maior-batalha-da-tv-em-um-de-seus-melhores-episodios.shtml>; <https://observatoriodocinema.bol.uol.com.br/series-e-tv/2019/03/game-of-thrones-nunca-foi-feito-antes-na-tv-diz-produtor-sobre-batalha-final> (Último acesso em 12/10/2020).

<sup>11</sup> A noção de autoria nas séries televisivas estadunidenses começa a ganhar força na relação com profissionais reverenciados pelo seu trabalho no cinema, como o caso de David Lynch, que esteve por trás da série *Twin Peaks* (ABC, 1990-1991), aclamada pela crítica e por intelectuais, apesar de não ter apresentado grande audiência (ou inclusive por isso). “Embora a função do produtor de TV já exista há muitas décadas (CANTOR, 1971; NEWCOMB e ALLEY, 1983), o título de showrunner só começou a ser utilizado na década de 1990 (PERREN e SCHATZ, 2014), quando passou a circular com maior intensidade entre críticos, fãs e pesquisadores de séries. De acordo com Newman e Levine (2011, p. 39), a primeira menção ao termo no New York Times ocorreu em 1995, em uma matéria dedicada à série ER (NBC, 1994-2009). Nos anos 2000, a palavra já era empregada com frequência, o que foi potencializado pela greve de roteiristas de 2007-2008 e o subsequente interesse da imprensa pelos meandros do mercado televisivo” (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2018b, p. 196).

---

Steven Bochco, criador de *Hill Street Blues*, pode ser apontado como um dos primeiros profissionais associados ao fenômeno da autoria na ficção seriada televisiva nos termos que entendemos atualmente. Contratado pela MTM para produzir uma série policial para a NBC, que vivia uma intensa crise de audiência, Bochco, à época um experiente roteirista, exigiu total autonomia no desenvolvimento do projeto (...). As batalhas travadas entre ele e a emissora e sua postura irredutível ante as tentativas de interferência dos executivos nos rumos da série são apontadas por Martin (2014) como um importante legado deixado pelo criador às gerações seguintes de showrunner (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2018b, p. 204).

Castellano e Meimaridis (2018b), na tentativa de definição do termo, apresentam como comum o paralelo entre o showrunner e o diretor de cinema, a partir da ideia de que esses agentes têm o controle criativo da obra. O showrunner coordena também questões objetivas como cronogramas e orçamentos, ao mesmo tempo em que é responsável por dar o “tom” artístico da série, supervisionar itens como texto e direção, reinventando, dessa forma, a questão da autoria no mercado televisivo.

Concomitante à eclosão de narrativas complexas no fim da década de 1990, essa posição de uma pessoa responsável pelo show como um todo também ganha fôlego; uma estratégia que ajuda a valorizar as séries com a validade cultural que um “artista” traz a uma obra, gerando admiração e muitas vezes expectativa aos programas, com *showrunners* sendo relacionados com características próprias de abordagens temáticas e estilísticas (MITTELL, 1996; SEWELL, 2009; NEWMAN, 2016; PICADO, B; SOUZA, M.C. J., 2018).

Castellano e Meimaridis (2018b) enfatizam a relação da noção de “TV de qualidade” com a proeminência e proliferação da figura de *showrunner*; a percepção de que as séries de televisão poderiam circular enquanto obras artísticas e/ou relevantes gerou a necessidade de que indivíduos específicos fossem apontados como autores por trás das obras. Além disso, a figura do *showrunner* carrega consigo certo sentido de “autonomia”, que serve como mais um legitimador para as ficções-seriadas televisivas, que historicamente são enxergados como produtos feitos especialmente para a “satisfação” da audiência e, assim, controlados pelas produtoras/distribuidoras para não “ousarem” demais. Por fim, *showrunners* são também utilizados estrategicamente no mercado televisivo para a experiência do reconhecimento na audiência, tendo suas obras identificadas a partir de diferentes marcadores e sugerindo expectativas para o público, assim como indicações para as empresas no sentido de divulgação, elaboração e distribuição (PICADO, B; SOUZA, M.C. J., 2018). Essa estratégia não é recente no

mercado televisivo, apesar de ter ganhado força recentemente no universo das séries de televisão estadunidense, pois já é utilizada há anos no contexto das telenovelas brasileiras, por exemplo, nas quais autores são reconhecidos por certas características e histórias que se repetem em diferentes obras, apesar de, mais uma vez, fazerem parte de um trabalho coletivo (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2018b).

*The Sopranos* (HBO, 1999-2007) é frequentemente considerada o marco da “terceira era de ouro” da televisão, que por sua vez foi encabeçada pela emissora HBO, em um momento em que vendia a ideia de uma grade de programação distinta, na qual bons programas não seriam a exceção, mas o mote principal. Junto à *Sex and the city* (HBO, 1998-2006), as séries serviram para enraizar a estratégia da HBO (adotada por diversos canais posteriormente) de oferecer conteúdos tematicamente e visualmente distintos daqueles tidos como de televisão aberta ou canais de planos básicos por assinatura, algo que até então era visto com expectativas baixíssimas de sucesso (LOTZ, 2014). Lotz argumenta que nenhuma série havia previamente conseguido se tornar um fenômeno cultural a ponto de abraçar inclusive os leitores da *New York Times*, que antes teriam como principal comentário sobre a televisão a proclamação de que não possuíam uma. Com o desenvolvimento dessa estratégia, as características compartilhadas por diversas séries que foram reconhecidas como “TV de qualidade” nas últimas décadas culminaram na percepção de que seriam praticamente um gênero televisivo próprio, como se essas produções formassem uma categoria única, apesar de apresentarem certos hibridismos de gêneros (MUANIS, 2015).

Relacionadas geralmente aos canais a cabo e, mais recentemente, aos veículos de *streaming*, assim como *The Sopranos* trabalharam com protagonistas masculinos na figura do anti-herói, como Dexter (Showtime, 2006-2013); *Mad Men* (AMC, 2007-2015) e *House of Cards* (Netflix, 2013-2018); enxergando nessas estratégias narrativas a possibilidade de se distanciar dos clássicos procedurais e narrativas tradicionais (até então) (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2018a); contudo, esse caráter construído como diferencial deveria entrar em colapso com a repetição dessa fórmula, o que não é enfatizado por parte da crítica<sup>12</sup>.

*The Sopranos* também demonstrou que o discurso que distingue a “TV de qualidade” a partir da enunciação de outras formas culturais mais legítimas não

---

<sup>12</sup> Uma das poucas matérias que se debruça a pensar a fórmula e questionar a legitimação da televisão “de prestígio” foi escrita para a *Esquire* e é intitulada “It’s Not Prestige, It’s Just TV”. Disponível em: <https://www.esquire.com/entertainment/tv/a54762/the-flaws-of-prestige-tv/> [último acesso em 12/10/2020].

---

desapareceu com o passar do tempo, sendo constantemente condecorada com elogios que relacionavam sua narrativa com romances realistas do século XIX e sua estética como “cinematográfica” (NEWMAN; LEVINE, 2012).

Esses discursos avaliativos de qualidade, no entanto, devem ser compreendidos em relação às hierarquias culturais que moldaram atitudes anteriores em relação à televisão e que influenciaram nos estudos sobre televisão um princípio de investimento político. Uma geração influente de estudiosas feministas da televisão considerou o baixo valor cultural do meio como um ponto de partida provocativo, explorando o gênero evidente de seus telespectadores culturalmente subordinados e sua mediação das esferas pública e privada, e encontrando possibilidades de leituras redentoras ou resistentes em seu caráter carnavalesco e anárquico. Para essa geração de estudiosas, muitas das possibilidades mais importantes da mídia não estão em sua sofisticação estética, mas precisamente em seu baixo status. Lido nessa luz, “não é televisão, é HBO” é menos uma declaração de princípios do que um retorno a uma estética elitista<sup>13</sup> (KACKMAN, 2010, p. 2).

Nesse sentido, implicitamente no famoso slogan da HBO está escondida a tentativa de se afastar de uma televisão ligada à feminilidade, à ideia de massa, de simplicidade narrativa e melodrama, na direção de um prestígio masculino ligado às artes modernas (HUYSSSEN, 1996; IMRE, 2014). Assim, a legitimação da televisão contemporânea despreza as relações históricas e políticas que se desenvolveram ao longo das pesquisas acadêmicas sobre o meio (KACKMAN, 2010; IMRE, 2014).

Desde os anos 90, é perceptível também a emergência de ficções seriadas que utilizam a estratégia da narrativa complexa, afastando-se de modelos “convencionais” (MITTELL, 2006), a qual se refere praticamente à estrutura que hibridiza modelos seriados e episódicos, prioriza técnicas narrativas reflexivas e que encoraja práticas de assistibilidade participativa, chamada por Jenkins (2013) de *forensic fandom*, que poderia se traduzir numa prática investigativa por parte dos fãs. Apesar de Jenkins (2013) apontar que não classifica como melhores as séries que apresentam narrativa complexa e faz uso desse modelo de forma analítica, suas palavras criam uma hierarquia de sentido, ainda mais quando antagonizadas pelo adjetivo “convencional”, usado para tratar da maioria das séries (muitas vezes diferentes entre si) (MITTELL, 2006).

---

<sup>13</sup> No original: “These evaluative discourses of quality, however, must be understood in relation to the cultural hierarchies that shaped earlier attitudes about television, and which gave the scholarship that explored it its principle political investment. An influential generation of feminist television scholarship took the medium’s low cultural value as a provocative starting point, exploring the overt gendering of its pathologized, culturally subordinate viewers and its mediation of public and private spheres, and finding possibilities for redemptive or resistant readings in its carnivalesque, anarchic character. For that generation of scholars, many of the medium’s most compelling possibilities lay not in its aesthetic sophistication, but precisely in its low status. Read in that light, —it’s not television, it’s HBO! is less a declaration of principles than a return to an elitist aesthetics”.

---

Kackman (2010) reconhece no trabalho de Mittell a tentativa de separar as concepções de complexidade narrativa e “TV de qualidade” a partir de seus exemplos, porém questiona a própria categoria analítica que ao partir da premissa de “narrativa complexa”, na verdade, estaria depositando uma valorização estética à relação intertextual, que vai além da obra e envolve as reconfigurações por parte dos fãs. Para Mittell (2006), esse estilo narrativo não só se afasta dos modelos tradicionais por não prever o fim de um arco necessariamente ao fim do episódio, mas também por rejeitarem os estilos melodramáticos e a ênfase nos relacionamentos; as séries de narrativa complexa teoricamente teriam seu foco no desenvolvimento da trama, da qual despontariam as relações entre as personagens, que na visão do autor é o oposto das construções nas *soap operas* que desenvolveriam suas histórias a partir dos personagens e relações entre eles. Dessa forma, as séries que trabalham a narrativa complexa ao mesmo tempo estariam se distinguindo discursivamente em oposição ao melodrama e às novelas, relacionados historicamente ao feminino.

Pensando nisso, Kackman (2010) questiona a relação de gênero embutida no discurso da qualidade pela complexidade, argumentando que existem tipos de configurações, personagens e dilemas que serão legitimados enquanto qualidade, enquanto outros vão ser entendidos como excessos “de novela”<sup>14</sup>. Porém, muitas das estratégias da narrativa complexa bebem diretamente de gêneros e formatos mais antigos que são considerados “ruins” ou “menores”. Mittell (2006) quando aponta para os usos de *flashbacks*, *flashforwards* ou quebras de cronologia, por exemplo, reconhece-os como convencionais à televisão, apesar de ainda assim construir parte do conceito de narrativa complexa sobre esses termos. Um incômodo grande que surge a partir disso é que, hoje, grandes autores homens que são enxergados com legitimidade dentro da área dos estudos de televisão estão nessa posição devido aos interesses de pesquisadoras feministas que chamaram atenção para a mídia inferiorizada e seus aspectos até então sem validade cultural. E, apesar disso, esses autores constroem categorias para legitimar a televisão que são desenvolvidas, ainda, sobre hierarquias de gênero, com “tipos” de televisão, validando apenas parte dela, e omitindo (e às vezes negando) o histórico político e cultural do campo (KACKMAN, 2010; IMRE, 2014).

---

<sup>14</sup> Ver: <https://tvefamosos.uol.com.br/blog/mauriciostycer/2019/08/09/novela-e-emocao-e-o-publico-adora-os-absurdos-da-trama-diz-silvio-de-abreu> [último acesso em 12/10/2020].

E é assim com o resto das qualificações do meio televisivo. Do lado tido como ordinário da TV estão assuntos e temas mundanos, a noção hierárquica de “simplicidade” nas formas e narrativas das obras apresentadas e nas pessoas representadas, que muitas vezes podem ser entendidas como “parte do povo”. Do outro lado, está tudo aquilo que se apresenta na noção hierárquica de “extraordinário”, com representações e “estéticas opulentas” e personagens “mais interessantes”. Ou seja, uma categorização cultural, em que o extraordinário é tudo aquilo que se afasta do “comum”, o que por sua vez é praticamente um sinônimo para televisão no geral.

### **Considerações Finais**

Noções de qualidade televisiva estão presentes em contextos individuais e sociais, nas discussões cotidianas sobre séries e nas relações industriais da televisão. É fundamental prestarmos atenção nas formações desses discursos ao longo da história e suas implicações, porque há sempre relações de poder implícitas no estabelecimento de “qualidades” (IME, 2014).

Quando se trata das artes, neste caso as obras televisivas, é importante percebermos que os julgamentos são realizados tanto em contextos textuais e estéticos quanto sociais (NEWMAN, 2016), trazendo à tona legitimações e invalidações de categorias de identidade e classe. Tendo em vista a história do campo de estudos em televisão, desvendar e questionar os elementos que vão elaborar certa TV como “de qualidade” tornam-se posicionamentos necessários.

### **REFERÊNCIAS**

- BOURDIEU, P. **A distinção**: crítica social do julgamento. Porto Alegre: Zouk, 2007a.
- BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007b.
- CASTELLANO, M., MEIMARIDIS, M. “Mulheres difíceis”: A anti-heroína na ficção seriada televisiva americana. **Famecos**, v. 25, n. 1, 2018a.
- CASTELLANO, M., MEIMARIDIS, M. A ascensão do showrunner: autoria e legitimidade na era da peak TV. In: HOLZBACH, A.; CASTELLANO, M. (org). **TeleVisões**: Reflexões para além da TV. Rio de Janeiro: e-papers, 2018b.
- CASTELLANO, M.; MEIMARIDIS, M.; FERREIRINHO, G. Dramas televisivos de prestígio e masculinidade. **Comunicação & Inovação**, v. 20, n. 44, p. 76-94, 2019.
- FREIRE FILHO, J. Notas históricas sobre o conceito de qualidade na crítica televisual brasileira. **Galáxia**, n.7, 2004.

- HOWELL, Charlotte. Legitimizing genre: The discursive turn to quality in early 1990s science fiction television. **Critical Studies in Television**, v. 12, n. 1, p. 35–50, 2017.
- HUYSSSEN, A. A cultura de massa enquanto mulher. In: **Memórias do modernismo**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1996.
- IMRE, Anikó. Gender and quality television. **Feminist Media Studies**, 9:4, p. 391-407, 2014.
- JARAMILLO, D. Rescuing Television from cinematic: the perils of dismissing television style. In: JACOBS, J; PEACOCK, S. **Television Aesthetics and Style**. New York: Bloomsbury Publishing, 2013.
- KACKMAN, M. Quality Television, Melodrama, and Cultural Complexity. **Flow TV**, 2010. Disponível em: <http://shorturl.at/ikZ56>
- LOTZ, Amanda D. **Cable Guys: television and masculinities in the 21st century**. New York: New York University Press, 2014.
- MAZZIOTTI, Nora. **Telenovela, industria y practicas sociales**. Bogotá: Grupo Editorial Norma, 2006.
- MEIRELLES, C. Telenovela e relações de gênero na crítica brasileira. **Anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Natal, RN, 2008.
- MILLS, B. What does it mean to call television “cinematic”? In: JACOBS, J; PEACOCK, S. **Television Aesthetics and Style**. New York: Bloomsbury Publishing, 2013.
- MITTELL, J. Narrative Complexity in Contemporary American Television. **The Velvet Light Trap**, n. 58, pp. 29-40, 2006.
- MUANIS, F. A pior televisão é melhor que nenhuma televisão. **Matrizes**, v. 9, nº 1 jan./jun. 2015.
- NEWMAN, M; LEVINE, E. **Legitimizing television: media convergence and cultural status**. New York: Routledge, 2012.
- NEWMAN. M. **Quality TV as liberal TV**. WHR, 2016.
- PICADO, B.; SOUZA, M.C. J. . Dimensões da autoria e do estilo na ficção seriada televisiva. **MATRIZES** (online), v. 12, p. 53-77, 2018.
- SEWELL, Philip W. From Discourse to Discord: Quality and Dramey at the End of the Classic Network System. IN: **Television New Media**, v.11(4). Sage, pp. 235- 259, 2009.