

Repetição e inovação: os modos de contar das narrativas ficcionais seriadas contemporâneas¹

Patrícia Adélia Rêgo Oliveira Azevedo²

Larissa Leda F. Rocha³

Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA

RESUMO

Este artigo aborda o percurso das narrativas seriadas através do tempo nos diversos veículos de comunicação, dos jornais às plataformas digitais usadas atualmente. Neste trabalho é possível perceber as transformações que as estruturas dessas narrativas sofreram na forma de serem produzidas, de pensarem a assistência e de se estabelecerem economicamente. Em um primeiro momento, o texto delinea o percurso histórico das narrativas seriadas em diversos veículos; no segundo, compara a diferença estrutural das narrativas seriadas que se estabeleceu hoje diante dos canais do sistema *broadcasting* e do sistema *streaming*. O presente artigo objetiva analisar a repetição nas narrativas seriadas dos sistemas *broadcasting* e *streaming* e justificá-la como estratégia narrativa.

PALAVRAS-CHAVE: Narrativa ficcional seriada; sistema *broadcasting*; sistema *streaming*; repetição.

1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

As narrativas ficcionais seriadas que conhecemos hoje, massivamente distribuídas nos circuitos da Indústria Cultural, não são pioneiras nesse formato. A serialidade é anterior às práticas narrativas desenvolvidas na linguagem televisiva, já existia na literatura e nos sermões; mais adiante foi para os jornais e cinemas com os folhetins e os *nickelodeons* (MACHADO, 2000, p.86). Seguindo os moldes do cinema, a televisão adotou a narrativa “fatiada” para contar histórias. Inicialmente, não havia fórmulas para exibição, eram apenas filmes apresentados em blocos, com periodicidade

¹ Esse trabalho foi desenvolvido como parte do projeto de pesquisa "As Heranças dos Modos de Contar: Sobre matrizes culturais na conformação das narrativas das telenovelas brasileiras", financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão - FAPEMA. O projeto integra o Observatório de Experiência Expandidas em Comunicação - ObEEC - núcleo de pesquisa registrado no CNPq.

² Estudante de graduação 5º semestre do Curso de Comunicação Social - Rádio e Televisão da UFMA. E-mail: patriciaadeliaoa@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Doutora em Comunicação Social pela PUC-RS. Professora Adjunta do Departamento de Comunicação Social da UFMA. Coordenadora do projeto de pesquisa financiado pela Fapema “As Heranças dos modos de contar: sobre matrizes culturais na conformação das narrativas das telenovelas brasileiras”. Coordenadora do Núcleo de Pesquisa Observatório de Experiências Expandidas em Comunicação - ObEEC. Membro do Núcleo de Pesquisa Comunicação Midiática e Institucional. Editora da revista *Cambiassu*, do Departamento de Comunicação Social da UFMA. E-mail: larissaleda@gmail.com

indefinida.

O modo de consumir e as práticas culturais dos telespectadores, transformaram-se em um critério para criar essas narrativas. Foram levados em consideração o ambiente em que o espectador consome (MACHADO, 2000, p. 87), sua memória e seu gosto. Diante disso, as emissoras adotaram estratégias narrativas que fossem mais compatíveis com a criação de um produto adequado ao novo meio que surgia, adequado à uma mídia cuja assistência não é dedicada e compete tanto com o ambiente circulante, quanto com outros apelos midiáticos.

Um elemento essencial das estratégias narrativas usadas para contar histórias na televisão foi o uso da repetição. Neste trabalho vamos pensar esta questão em dois sistemas vigentes de narrativas observados na Indústria Cultural contemporânea - o sistema *broadcasting*, que refere-se ao modelo de transmissão simultânea de mensagens e o sistema *streaming*, que trata da transmissão para recepção não simultânea de mensagens. Iremos comparar o modelo com intervalo comercial e o modelo sem intervalo comercial, fazendo a distinção nas estruturas dos dois modelos dentro dos veículos usados para distribuição dessas produções. Para isto, escolhemos as séries *Sense8*, produção feita pela plataforma do sistema *streaming* Netflix, e *How to Get Away with Murder*, produzida pela emissora do sistema *broadcasting* *American Broadcasting Company* (ABC).

O advento das novas tecnologias resultou em novas formas de produzir, distribuir e consumir conteúdo. Além das possibilidades garantidas pelo sistema de *streaming*, a novidade provocou alterações no sistema tradicional *broadcasting*, ou seja, as formas de produzir conteúdo precisaram ser repensadas. As possibilidades aumentaram e – de alguma forma – o espectador criou novas necessidades, a demanda mudou porque mudaram os telespectadores, o contexto cultural ao redor deles e mesmo o sistema econômico no qual o sistema *broadcasting* ganhava sentido. É no vértice preciso dessa questão que envolve novos modos de ser audiência e novos modos de contar história a partir de tais práticas de consumo que nosso estudo se encontra.

2. O PERCURSO DAS NARRATIVAS SERIADAS

As narrativas seriadas que nos são familiares hoje, não nasceram na contemporaneidade, elas já existiam nas formas epistolares - que eram cartas ou

sermões dos apóstolos para as comunidades cristãs; em narrativas que acompanham a história da humanidade, como é o caso de *As mil e uma noites*; e, algum tempo depois, já no início do século XIX, a serialização acaba por ser a responsável por uma das primeiras experiências de consumo de narrativa de forma massiva: o folhetim, que mais tarde vai ser uma matriz cultural fundamental para o surgimento das radionovelas e telenovelas, e antes até, no cinema do início do século XX.

Os folhetins são de origem francesa, nascidos em um contexto pós-revolução, no qual a massa acabara de sair de um ambiente conturbado e marcado por invisibilidade social e política. Na época, o melodrama era uma das principais expressões artísticas e sociais desse povo (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 163). Essas produções eram resultado não só da demanda popular com também do desenvolvimento das tecnologias de impressão (MARTÍN- BARBERO, 1988, p. 149, tradução nossa)⁴; elas eram publicadas no início do século XIX em jornais com determinada periodicidade e as histórias eram divididas em capítulos. Importante ressaltar que o folhetim é considerado uma matriz narrativa fundamental para as narrativas ficcionais seriadas, especialmente por ter sido uma das primeiras experiências de serialização que foi "abraçada" pela Indústria Cultural. É necessário ainda lembrar que o fatiamento - além de uma estratégia econômica - era uma estratégia narrativa.

Em meados do século XIX, esse modelo narrativo chegou ao Brasil mas se deparou com uma parte massiva da população com baixa escolaridade, a massa proletária analfabeta ou semianalfabeta impediu que se repetisse no Brasil o sucesso comercial que o Folhetim obteve na França. Apesar do fracasso enquanto modelo literário no Brasil, as práticas folhetinescas deixaram de herança o sucesso de sua estrutura: o fatiamento da narrativa e os ganchos de tensão. Essa estrutura posteriormente foi incorporada pelas rádios, com as radionovelas e pela televisão, com as telenovelas - produto de maior relevância para o audiovisual nacional (MACHADO, 2000, p. 86).

Nos primeiros anos do cinema, os filmes não possuíam o destaque de hoje e ao contrário do que pode fazer parecer o lugar social que ocupa contemporaneamente, o cinema nasceu proletário e uma forma de divertimento destinada às massas que

⁴A mediados del siglo XIX la demanda popular y el desarrollo de las tecnologías de impresión van a hacer de los relatos el espacio de despegue de la producción masiva.

começavam a se aglomerar nos grandes centros urbanos. As produções eram exibidas como atrações em parques, dividindo atenção com outros tipos de espetáculos. Posteriormente, os homens de negócio do entretenimento entenderam que para o cinema dar lucro era necessário "sofisticá-lo" (SKLAR, 1975) e assim criou-se o âmbito no qual o cinema de longa metragem pôde nascer, assim como as salas de exibição elegantes e confortáveis. No entanto, o mercado é guloso. O público proletário, já acostumado ao consumo do audiovisual cinematográfico não poderia ser "perdido", a solução para driblar a equação que não fechava de filmes longos com a falta de estrutura das salas proletárias para a exibição do cinema foi "fatiar" a película, "cortar" os filmes de longa metragem para serem exibidos em partes. A exibição seriada dos filmes se dava, portanto, como resultado dessa dupla questão, a falta de estrutura das salas e a necessidade de manter cativo um público que nascia naquele momento: o espectador oriundo do proletariado. As salas eram pequenas, com bancos desconfortáveis e, por conta disso, precisavam "cortar" o filme para que os espectadores pudessem sair das salas e descansar. Esses locais ficaram conhecidos como *nickelodeons*, ou "poeiras" (SKLAR, 1975).

O modelo básico de serialização abarcado pela televisão adveio do modelo *nickelodeon*. As primeiras exibições foram de filmes concebidos em escala industrial; muitos estavam danificados e as histórias perdiam o sentido (MACHADO 2000, p. 87). A programação inicial da televisão, no caso brasileiro, girava em torno dos teleteatros, não havia conteúdo definido, a grade de programação ainda não existia, isso nos primeiros anos da exibição de televisão no país. Com os desenvolvimentos estruturais e o avanço das emissoras, a estabilização e o sucesso das narrativas ficcionais seriadas no Brasil não demandou muito tempo, haja visto que a estrutura das telenovelas é semelhante ao modelo - já bem-sucedido - do folhetim. As telenovelas foram a primeira produção fatiada produzida pela e para a televisão brasileira e com o desenvolvimento desse veículo, as emissoras priorizaram - além de suas necessidades mercadológicas - a recepção dos conteúdos pelo telespectador.

Há menos de duas décadas, Machado (2000) descrevia as narrativas seriadas como uma apresentação descontínua e fragmentada do sintagma televisual. Segundo o autor, cada episódio – ou capítulo – era apresentado em dia ou horário diferente e subdividido em blocos menores, separados por intervalos comerciais. Essa estrutura foi incorporada nas produções televisivas e são usadas até os dias atuais. Hoje, diante do

sistema de *streaming*, como o Netflix⁵ – ou alguns canais do sistema *broadcasting*, como o HBO - essa descrição deixou de ser uma regra para todas as produções.

A princípio, para se firmar economicamente, a televisão comercial precisou de financiamento - por conta disso os *breaks* eram necessários e foram incorporados à programação das emissoras. Essa necessidade resultou em estratégias narrativas - já exploradas nos folhetins - como o modelo do corte e o suspense do gancho de tensão, que para Martín-Barbero (1988) deixou de ser apenas uma estratégia mercadológica e passou a fazer parte da memória cultural. A eficácia do feito foi tamanha, que emissoras públicas - não dependentes de financiamento privado - adotaram essas estratégias em suas grades de programação (MACHADO, 2000, p. 87-88), o que acabou por assegurar o que diz Martín-Barbero (2001) sobre a questão: não é só a lógica comercial que opera nos recursos narrativos do melodrama e do folhetim, mas substancialmente também os culturais.

Antes do modelo de narrativa seriada sem intervalo comercial⁶, as produções seguiam uma espécie de receita, construída de acordo com os interesses e necessidades das emissoras. Geralmente os blocos incluíam, no início, uma pequena contextualização do que aconteceu no episódio anterior (MACHADO, 2000, p. 83) – evidenciando uma forte característica da narrativa seriada que é a repetição; antes do *break*, havia um pequeno acontecimento significativo na narrativa, conhecido como “gancho de tensão” para manter a atenção do espectador até o retorno da série. Ao fim do episódio, esse evento se repetia de forma mais intensa, com intuito de prender a audiência e fidelizar o telespectador. Tendo a repetição aqui como estratégia narrativa, adotaremos como conceito de repetição aquele trabalhado por Calabrese (1999, p. 44) “chamam-se repetições, de fato, não só as continuações das aventuras de uma personagem, mas também os recursos semelhantes da história, como os temas ou os cenários-tipo”.

Calabrese (1999), ao falar sobre repetição, a separa em três noções: a

⁵ Plataforma e produtora global de conteúdo audiovisual.

⁶ Para fins de organização de nossa pesquisa, escolhemos dividir as narrativas ficcionais seriadas em dois grupos, as narrativas com intervalos comerciais; e as narrativas sem intervalos comerciais, como escolhemos chamá-las. Narrativas com intervalos comerciais são aquelas que possuem episódios/capítulos divididos por blocos e entre esses blocos, são veiculados comerciais. Já as narrativas sem intervalos comerciais tem como características a ausência do fatiamento dos episódios/capítulos em blocos, mas seguem fatiando a narrativa em episódios e/ou capítulos

repetitividade como modo de produção de uma série a partir de uma matriz única, segundo os moldes da industrialização; como mecanismo estrutural de generalização de texto e como condição de consumo por parte do público. A primeira, refere-se ao tipo de produção herdada da revolução industrial, aos moldes do Fordismo e do Taylorismo, que permite produzir em série a partir de um protótipo, criando uma padronização. Isto teve como resultado na cada vez maior fragmentação dos telefilmes para oferecer a máxima cadência de publicidade. A segunda, trata-se da estrutura, que ele subdividiu em três parâmetros. O primeiro parâmetro fala sobre as duas fórmulas repetitivas opostas que se trata da criação de um protótipo que em seguida é replicado e um produto que nasce como diferente e se torna idêntico aos demais. O segundo parâmetro fala sobre duas fórmulas de repetição. a acumulação e prossecução (ou continuação). À primeira pertencem aqueles episódios que se sucedem sem nunca porem em jogo o tempo integral da série. À segunda pertencem aquelas séries em cujo fundo, e explicitamente, aparece um objetivo final (CALABRESE, 1999, p. 45). O terceiro parâmetro no qual se instituem as repetições e as diferenciações. Neste último parâmetro, o autor fala sobre o tempo, em que a repetição é o princípio organizativo da poética, mas com a condição de saber qual será sua ordem e o separa em dois nós problemáticos; o ritmo e o esquema, em que o ritmo dita a medida temporal e o esquema a medida espacial; identidade e diferença, em que é possível perceber que a criação de um produto diferente muitas vezes resulta em uma identidade, “a análise da relação entre variante e invariável é fundamental para compreender o funcionamento dinâmico (e não apenas a estrutura estática) de qualquer sistema. Ao falar sobre o consumo, Calabrese divide em três tópicos: hábito, culto e cadência. O primeiro, refere-se ao comportamento semelhante ao das crianças para ouvir sempre a mesma história; o segundo, o espectador se passa a se sentir parte, a se identificar com a produção de alguma forma; o terceiro, trata do comportamento repetitivo e sua adaptação às condições de percepção.

O tema e o cenário-tipo descritos por Calabrese, consiste em uma espécie de cenário comum, clichê, repetitivo, assim como os temas presentes nas produções. O conceito adotado por nós, concentra-se na parte estrutural explorada pelo autor. Nesta fase da nossa investigação, não estamos nos debruçando sobre as demais perspectivas, mas sobre o sentido primeiro descrito pelo autor, a continuação das aventuras de uma personagem.

2.1 A repetição no sistema *broadcasting* e no sistema *streaming*

O modelo de narrativa seriada sem intervalo comercial foi adotado tanto pelo sistema de *streaming* quanto pelo sistema *broadcasting* – ainda que no *streaming* seja uma regra e no *broadcasting*, uma exceção. Esse modelo, por não possuir o *break*, não segue a receita do modelo com intervalo comercial, proporcionando aos criadores maior liberdade para experimentar novas estratégias narrativas e de produção. Calabrese (1999) diz que “o comportamento repetitivo adapta-se às condições de percepção ambiental, torna-se fragmentado, rápido e recomposto” (p. 48).

A Netflix, por exemplo, oferece um serviço de consumo por demanda. O espectador tem as possibilidades de selecionar o produto que deseja assistir, pausar, voltar ou adiantar - e no intervalo de tempo que desejar, ou seja, o controle do tempo e do tema do conteúdo consumido está nas mãos de quem assiste. Por funcionar dessa maneira – e por ser uma tecnologia relativamente nova – é possível notar que as séries produzidas pelo Netflix não possuem o mesmo padrão nas narrativas adotado no modelo de narrativas com intervalos comerciais. As estratégias narrativas corriqueiras e esperadas nas séries veiculadas no sistema *broadcasting* com intervalos comerciais não apresentam um padrão nas séries originais da produtora. Alguns canais de *broadcasting* também arriscaram o modelo de narrativas seriadas sem intervalos comerciais. Um exemplo é o HBO, que já produziu algumas séries desse modelo, como *Westworld* (HBO, 2016) e *Game Of Thrones* (HBO, 2012).

Por não possuir *break* o modelo sem intervalos comerciais apresenta apenas ganchos de tensão no fim dos episódios e no fim da temporada – esse último geralmente mais intenso. Com o advento das novas tecnologias, a responsabilidade por prender a audiência ficou dividida entre os ganchos de tensão e o enredo das narrativas, que desde a década de 1990 tem se mostrado cada vez mais complexas; as narrativas encontradas na televisão contemporânea são uma inovação singular (MITTEL, 2012, p.32). “Algumas transformações na indústria midiática, nas tecnologias e no comportamento do público coincidiram com o surgimento da complexidade narrativa” (MITTEL, 2012, p.33). As narrativas complexas são

uma redefinição de formas episódicas sob a influência da narração em série – não é necessariamente uma fusão completa dos formatos episódicos e seriados, mas um equilíbrio volátil. Recusando a necessidade de fechamento da trama em cada episódio, que caracteriza

o formato episódico convencional, a complexidade narrativa privilegia histórias com continuidade e passando por diversos gêneros (MITTEL, 2012, p. 36).

Com o surgimento de novas tecnologias como a internet, os consumidores e as práticas de criação da cultura do fã - definição advinda dos estudos culturais na década de 1990 - ficaram mais distribuídos e mais disposto à participação, fazendo com que o público tivesse um comportamento cada vez mais ativo. Estas mudanças, apesar de não terem resultado diretamente no surgimento das narrativas complexas, geraram um ambiente bastante propício para o sucesso dessas novas produções das indústrias midiáticas (MITTEL, 2012, p. 35-36).

O público tende a aderir a programas complexos de uma forma muito mais apaixonada e comprometida do que à maior parte da programação da televisão convencional. Usam estes programas como base para uma cultura de fã fortalecida e podem dar uma resposta ativa à indústria televisiva (especialmente quando seu programa ameaça ser cancelado). (MITTEL, 2012, p. 36)

O avanço das narrativas seriadas, juntamente com o surgimento de novas tecnologias e a constante mudança da sociedade, ampliaram substancialmente as possibilidades. A descrição de Machado (2000) sobre a recepção do conteúdo televisivo atesta essa afirmação. Para ele, além das estratégias econômicas embutidas na televisão, o ambiente de recepção propiciava o fatiamento das narrativas seriadas em blocos comerciais.

A recepção de televisão em geral se dá em espaços domésticos iluminados, em que o ambiente circundante concorre diretamente com o lugar simbólico da tela pequena, desviando a atenção do espectador e solicitando-o com muita frequência. [...] Um produto adequado aos modelos concorrentes de difusão não pode assumir uma forma linear, progressiva, com efeitos de continuidade rigidamente amarrados como no cinema, senão o telespectador perder o fio da meada cada vez que sua atenção se desviar da tela pequena. (MACHADO, 2000, p. 87)

Hoje, ante o modelo de narrativa seriada sem intervalo comercial, percebemos que não só as narrativas mudaram, mas também, e principalmente, os modos de consumir do público. O número de possibilidades para a recepção de conteúdo aumentou e, por conta disso, a audiência de muitos canais diminuiu. Diante desses fatores, muitas produções passaram a priorizar um público seguidor pequeno, porém dedicado, em detrimento de um vasto público (MITTEL, 2012, p 34).

Apesar do número de adeptos às estruturas das narrativas seriadas televisivas -

como o caso das emissoras públicas que incorporaram os blocos comerciais - já é possível perceber que a televisão tipo *broadcasting* nem sempre é usada como modelo a ser seguido. Um exemplo disto é a série *Sense*⁷, produzida pela Netflix, que abre mão da forma usual em que a repetição é encontrada nas narrativas seriadas do sistema *broadcasting*, no qual as séries fazem uma espécie de resumo dos acontecimentos do episódio anterior e as repetem, geralmente antes de iniciar o novo episódio/capítulo. Um exemplo deste último, no qual a repetição é um elemento recorrente, é a série norte americana *How to Get Away with Murder*⁸, da *American Broadcasting Company* (ABC), que antes do novo episódio, apresenta um apanhado de acontecimentos relevantes do episódio anterior para contextualizar o possível novo espectador e para refrescar a memória do antigo. Estamos diante de uma repetição calculada - e uma contínua apelação a memória do espectador (MARTÍN-BARBERO, 1988, p. 154, tradução nossa)⁹ - que precisa se manter para atender a necessidade de conservar tanto um público ciente da narrativa, quanto os comerciais, pela questão econômica.

Para exemplificar a repetição em *How to Get Away with Murder* (ABC, 2014), vamos citar casos específicos dentro dos episódios. Antes de iniciar o primeiro episódio da segunda temporada da série, eles fazem uso da frase “anteriormente em *How to Get Away with Murder*” e apresentam aproximadamente um minuto de cenas com cortes rápidos, para lembrar o espectador os acontecimentos da temporada anterior - o que nos remete ao que Mittel (2012) fala sobre as tramas não se completarem em apenas um episódio, perpassando por toda a temporada - e nesse caso, mais de uma temporada, dentro das narrativas complexas para que o arco histórico se complete, exigindo eventualmente, dentro do sistema *broadcasting*, o uso da repetição para que a trama não se perca. Mais adiante, dentro do mesmo episódio, dois personagens abordam um evento da temporada anterior que não foi concluído e para refrescar a memória do público, foi usado um dos elementos que a repetição pode dispor: o *flashback*, que

⁷ Série norte-americana, produzida pelo serviço de *streaming* Netflix, que estreou no ano de 2015. A produção conta com uma temporada, contendo 12 episódios, e um curta metragem. A narrativa ficcional conta a história de 8 pessoas que nasceram no mesmo dia, em países de culturas distintas e habilidades diferentes. Em determinado momento de suas vidas, os personagens começam a ter a visão de uma mulher e percebem que estão todos interligados fisicamente, emocionalmente e até pessoalmente. A trama gira em torno de eles descobrirem o motivo e de que forma aquilo acontece.

⁸ Série norte-americana, transmitida pela emissora do sistema *broadcasting* ABC, que estreou em 2014. A produção conta com 3 temporadas, contando com 15 episódios cada. A trama conta a história de uma advogada de defesa tribunal, que também é professora de direito penal. Em sua aula, ela seleciona 5 de seus melhores alunos para trabalharem com ela em seu escritório e, diante de várias situações, a vida pessoal da advogada entra em colapso e os alunos se vêem presente em uma trama de assassinatos.

⁹ Estamos ante una redundancia calculada y una continua apelación a la memoria.

consiste no uso de imagens para ilustrar a memória de algum personagem - no caso da repetição, imagens já transmitidas.

No caso de *Sense8*, uma série da Netflix, a temporada é lançada completa em apenas um dia e fica disponível para os consumidores, assim como todas as outras séries originais¹⁰ da plataforma. Por dispor dessa forma de exibição - e pressupor o consumo de mais de um episódio por dia - a série não faz uso da repetição corriqueira usada no sistema *broadcasting*. O *flashback* comentado anteriormente, ocorre de maneira diferente na série, na qual esse recurso é apenas diegético, ou seja, apenas o personagem viveu aquele momento; a repetição não ocorre para o espectador visto que as imagens são inéditas. Este caso pode ser observado no segundo episódio da primeira temporada da série, em que um dos personagens fala sobre sua infância e são usadas imagens para ilustrar o momento. Em *Sense8* (NETFLIX, 2015) o uso da repetição está dentro da descrição de Calabrese (1999), deixando de ser uma repetição de fatos antigos, mas de temas ou cenários-tipo. A aparição de uma das personagens e um cenário específico é recorrente na primeira temporada da série, mas essa repetição não tem como objetivo reavivar a memória do consumidor, apenas faz parte da trama.

Em boa parte das produções de narrativas seriadas do sistema *broadcasting*, como é o caso de *How to Get Away with Murder* (ABC, 2014), a temporada não vai ao ar de uma só vez, até por conta da grade de programação existente neste sistema; geralmente, é exibido um episódio por dia dentro de determinada periodicidade, seja ela uma vez todos os dias da semana ou uma vez por semana. Por possuir essa estrutura, muitas emissoras do sistema *broadcasting*, fazem uso da repetição antes de iniciar o novo episódio, geralmente antecedido por frases como “no episódio anterior”, “aconteceu anteriormente”, “anteriormente em *How to Get Away with Murder*”. Nestes casos, podemos pensar no que fala Eco sobre o costume da repetição:

o que liga o telespectador às séries é primeiramente o prazer que a repetição provoca, prazer enraizado na infância, quando pedíamos a nossos pais para que nos recontassem indefinidamente nossa história preferida. (apud JOST, 2012, p.25)

Para Calabrese (1999), a repetitividade é sinônimo de estandardização, visto que se tornou de fato um modelo estratégico adotado por boa parte das emissoras em suas narrativas seriadas. Parte desse padrão advém da herança deixada pela revolução industrial, com toda sua

¹⁰ Séries produzidas pela Netflix, veiculada na própria plataforma.

ideologia de produtividade, seguindo as linhas do Fordismo e do Taylorismo, afinal, as narrativas por vezes estão inseridas em um contexto mercadológico dos comerciais; demandando grande produtividade, mas sem perder audiência. Diante desse fluxo ininterrupto de conteúdo que consiste a televisão, a repetição se faz importante para assegurar o sujeito, “fazendo-o encontrar aquilo que já sabe e que está habituado”, ainda mais perante ao que ele chama de síndrome do botão - conceito mais apropriado quando referido aos canais de *broadcasting* - que seria a mudança obsessiva de canais “de modo a apanhar , em rápido sucessão, uma série de programas diferentes, desenvolvendo reconstituições simultâneas a cada mudança de cena” (p.48). Ou seja, o chamado "efeito zapping".

Perante esses fatores, as emissoras precisaram adotar estratégias, em especial a repetição, para manter cativo o telespectador. As narrativas, hoje, competem não só com o ambiente o qual o consumidor se encontra, como também com outros canais, veículos ou meios de entretenimento. Talvez isso explique o surgimento das narrativas complexas, das produções sem intervalos comerciais, a preocupação em cativar o público através da identificação com os personagens e mudanças em estratégias como a repetição.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Levando-se em conta os diversos aspectos anteriormente analisados, observa-se que a narrativa seriada sempre esteve presente no dia a dia das pessoas, seja na Bíblia com as epístolas ou nas produções audiovisuais veiculadas na televisão ou nas plataformas digitais.

Com o avanço tecnológico, o número de possibilidades para veicular essas narrativas aumentou e - como cada veículo está inserido em um contexto e ambiente diferentes - as narrativas seriadas sofreram alterações em suas estruturas e estratégias para se encaixar nos objetivos de cada um. Pensamentos como o de Machado (2000) sobre a recepção desses conteúdos, por exemplo, já não se constitui como regra - o que, certamente, pode ser explicado pelo momento histórico no qual escreve o autor; as narrativas seriadas sem intervalos comerciais já podem ser encontradas no sistema de *broadcasting*, sem necessariamente sofrer interferência de ruídos na recepção causados pelo ambiente.

Cabe destacar, no entanto, que as transformações estruturais e estratégicas das narrativas são constantes. O sistema de *broadcasting*, ainda que esteja consolidado (faz parte do dia a dia das pessoas), vem se adaptando às mudanças das narrativas seriadas, um exemplo disso é a série da HBO *Westworld* que, apesar de ser veiculada no sistema

broadcasting, não possui intervalo comercial, característica antes tida como regra dentro desse sistema.

Já as diferenças encontradas na comparação do uso da repetição dentro do sistema de *streaming* e do sistema *broadcasting*, podem ser vistas como consequências dessas constantes mudanças. Essa estratégia narrativa pôde ser percebida de diferentes maneiras dentro das tramas e - contrariando alguns autores - demonstrou nem sempre servir como apelo mercadológico para manter cativo o público. Talvez isso possa ser justificado pela dispersão do consumidor descrita por Mittel (2012); as séries adotam diferentes estratégias para manter cativo seu público (resumido e fiel).

É razoável entendermos que a ABC, ao produzir *How to Get Away with Murder*, pensou não só no veículo de exibição da série, mas também - e principalmente - que tipo de assistência que esse veículo costuma ter; assim como o Netflix, ao produzir *Sense8*, precisou pensar no tipo de assistência da plataforma. Diante disso, podemos perceber que talvez essas mudanças têm menos a ver com o modo como o conteúdo será distribuído e mais a ver com o padrão de consumo desses veículos. Mas se de fato essas produtoras sabem que tipo de assistência possuem, afinal, o que consegue explicar a ausência de um padrão dentro tanto do sistema *broadcasting* quanto do sistema *streaming*?

REFERÊNCIAS

CALABRESE, Omar. **A idade neobarroca**. Lisboa: Edição 70, 1999.

JOST, François. **Do que as séries americanas são sintoma?**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

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

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Matrices culturales de la telenovela. **Estudios sobre las culturas contemporaneas**, v. 2, n. 5. México. 1988. p. 137-164.

MITTEL, Jason. Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea. *Matrizes*. Ano 5, nº2, jan./ jun. 2012. São Paulo.

SKLAR, Robert. **História social do cinema americano**. São Paulo: Cultrix, 1975.

REFERÊNCIAS AUDIOVISUAIS

GAME Of Thrones. Criadores: David Benioff e D. B. Weiss. Estados Unidos, 2011, Home Box Office.

HOW to Get Away with Murder. Produção: Scott Collins, Tracy Bellomo, Estados Unidos, 2014, *American Broadcasting Company*.

SENSE8. Produção: Marcus Loges L., Dean Jones Jr., Alex Boden, Estados Unidos, 2015, Netflix.

WEESTWORLD. Produção: Athena Wickham. Estados Unidos, 2016, Home Box Office.