

O Impacto da Audiência na Movimentação da Websérie *Skam* na Cauda Longa¹

Beatriz Rabelo CAVALCANTE²

Lucas Freire FALCONERY³

Otávio Fernandes SOUSA⁴

José Riverson Araújo RIOS⁵

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

Resumo

O presente artigo visa analisar a movimentação da websérie norueguesa *Skam* a partir do conceito de cauda longa cunhado por Anderson. Temos como objetivo investigar se ocorreu a movimentação de *Skam* do lado direito da cauda, onde estão localizados os produtos de nichos, para o lado esquerdo, onde se sobressaem as produções *streaming*. Caso tenha ocorrido essa movimentação, buscamos compreender quais fatores estimularam essa ocorrência. O artigo aborda a construção de *Skam* e como sua audiência cresceu significativamente, ao ponto de vender os direitos de produção para seis países. Como metodologia, foi utilizado o estudo de caso da produção *Skam* a fim de investigar o objeto mais a fundo, por fim, observamos que as adaptações aproximaram *Skam* da cabeça da cauda longa, juntamente a outros produtos *streaming*.

Palavras-chave: *Skam*; Cauda longa; Audiência; Websérie.

1. INTRODUÇÃO

Ao contrário dos mundialmente reconhecidos suspenses nórdicos, o produto *Skam* foi apresentado como uma websérie que aborda o cotidiano e os dramas da juventude norueguesa. A narrativa da história foi exposta pelo uso de clipes, de mensagens de texto e de aparecimentos dos personagens nas mídias sociais, em que todos os conteúdos eram publicados online, em “tempo real”. Inicialmente, o canal NRK, serviço público de comunicação norueguês, não tinha a intenção de tornar *Skam* um produto reconhecido internacionalmente, seu objetivo era apenas de produzir uma série de drama que retratasse a juventude de uma forma inovadora que se encaixasse naturalmente nos hábitos de mídia desses adolescentes.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – XII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, Ceará, email: beatrizrabeloc@gmail.com.

³ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, Ceará, email: lucasffry@gmail.com.

⁴ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, Ceará, email: jornalotavio@gmail.com.

⁵ Orientador do trabalho e professor do Curso de Comunicação Social da UFC, e-mail: riverson@ufc.br.

No entanto, à medida que os episódios iam sendo lançados pelo serviço online do canal NRK, a audiência da websérie começou a crescer não só na Noruega, mas também em outras partes do mundo. *Skam* tornava-se um sucesso mundial, não só pelo formato inovador que foi escolhido como modo de transmissão e divulgação do produto, mas também pela discussão de temáticas relevantes que não encontravam tanto espaço em outras séries televisivas. Os personagens abordam assuntos que vão desde dramas quanto à sexualidade até as lutas femininas por direitos de igualdade, tornando-se conhecidos internacionalmente devido a adaptação feita em seis países.

Dentro desse contexto, buscamos investigar onde *Skam* inicialmente estava localizada no cenário da cauda longa e se houve uma movimentação do produto na cauda devido às adaptações e ao sucesso que teve. Para isso, utilizamos o conceito de Anderson (2006) sobre cauda longa, para compreendermos melhor o que significa a movimentação e o que cada lado da cauda significa no âmbito do mercado. A definição de websérie, por Silva e Zanetti (2013) também fundamentou teoricamente o artigo, a fim de compreender o produto *Skam* enquanto um produto classificado dentro do conceito de websérie.

Como metodologia do artigo, o estudo de caso, em que buscamos uma compreensão mais extensa e objetiva de *Skam*. Para além de aspectos quantitativos, focamos em perspectivas que apontassem um método de investigação mais qualitativo. Houve a movimentação da websérie *Skam*? Se sim, o que a motivou? Qual foi o papel da audiência dentro desse contexto? Buscamos investigar essas questões ao longo dos tópicos do artigo, estes foram divididos em: conceituação de cauda longa e de websérie, apresentação de *Skam*, estudo da audiência e exposição das adaptações da história para outros países.

2. CONCEITO DE CAUDA LONGA

Sob o título de *A Cauda Longa: Do Mercado de Massa para o Mercado de Nichos*, o físico e ex editor-chefe da revista *Wired*, Chris Anderson, aborda algumas das mudanças no padrão de consumo da sociedade global. O autor analisa como as novas tecnologias de produção e distribuição de mensagens interferem na recepção do público e, entre os objetos estudados, como os algoritmos exercem a função de indicadores do que consumir. Nessa perspectiva, a atividade de uma pessoa da internet estabelece um conjunto de informações que permite que sistemas possam analisar o perfil do usuário e filtrando as informações que ele irá receber.

Um outro fator analisado por Anderson (2006), na Cauda Longa, é o da localidade. Por razões econômicas, um produto só estará disponível em lojas físicas caso uma pesquisa de mercado, por exemplo, aponte que o público de determinada região irá consumi-lo. Nesse viés, Anderson reflete: “Muitos produtos de entretenimento de excelente qualidade, capazes de atrair grande público no âmbito geral, não conseguem superar as barreiras do varejo local” (Anderson, 2006, p.2). Trazendo essa realidade para um cenário televisivo, podemos traçar um paralelo em que um produto audiovisual só será veiculado se for capaz de gerar grandes números de audiência. Acontece que essa restrição pode deixar que produções relevantes fiquem à margem do que é consumido pelo público de massa.

Utilizando o mercado de consumo de músicas como exemplo, Chris Anderson enfatiza o fato de existir produções com visibilidade mesmo que distantes dos altos números de artistas em foco na mídia. Esse espaço, então, passa a ser analisado pelo seu tamanho e característica: possui grande diversidade de conteúdo tendo alta capacidade de engajar públicos diversos, o chamado consumo de nichos. A esse trecho dos gráficos dá-se o nome de “Cauda Longa” e os mais diversos estudos sobre os fenômenos relacionados ao tema surgem a partir daí.

Assim, com a quebra da barreira territorial e o aumento do volume de conteúdo disponível de forma online vários produtos de comunicação passaram a ganhar visibilidade além mar, como explicado pelo autor. Na Cauda Longa, essas produções de viés mais independentes, ou alternativas ao que é elaborado para o consumo em massa, costumam estar no lado direito. Todavia, esse espaço possui variações e tais produtos midiáticos conseguem garantir espaço no lugar de maior visibilidade da Cauda Longa, como é caso da série *Skam*.

Skam surgiu com baixo investimento em divulgação, tendo sido veiculada originalmente na internet, surpreendeu ao alcançar bons índices de audiência. Essa característica da série torna de difícil sua classificação pois, ao ser produzida para internet tende a ganhar o título de websérie, mas sua veiculação na televisão e o alcance que *Skam* possui denotam seu interessante movimento na Cauda Longa.

3. SÉRIE NORUEGUESA SKAM

Esta seção apresenta o conceito de websérie a partir da perspectiva de Silva e Zanneti (2013), buscando aprofundar na temática e compreender de que modo o produto norueguês *Skam* está relacionado à essa nova forma de produzir o audiovisual. Questões

como convergência de mídias, de acordo com o conceito de Jenkins (2009), e de produtos midiáticos também são inseridos dentro da discussão, uma vez que os novos meios de comunicação estão apresentando outras maneiras de construção de suas programações e produtos.

Posteriormente, apresenta-se brevemente a história da websérie *Skam*, assim como o seu processo de criação, mostrando que foi construída inicialmente para ser um produto veiculado exclusivamente para o suporte online da televisão pública norueguesa, NPK. O formato também é apresentado para que seja possível compreender o cuidado de escolherem ferramentas que pudessem fortalecer a relação entre o público e os personagens criados pela série. Ao longo dessa seção, são apresentadas as temáticas mais discutidas na série e o porquê de ter feito tanto sucesso entre os jovens noruegueses.

3.1 Conceituando a Websérie

Segundo Silva e Zanneti (2013), a "websérie é uma nova forma de produção audiovisual de característica seriada vinculada exclusivamente à Web, tendo como suporte as novas tecnologias comunicacionais como os aparelhos móveis de acesso à internet e a própria popularização da banda larga, assim como o armazenamento de dados em nuvem e a reprodução de vídeos por streaming". A websérie norueguesa *Skam* não é o único exemplo desse novo meio de radiodifusão. "Web Therapy" e "Comedians in cars getting coffee" são outros exemplos de webséries estrangeiras. O cenário nacional também está repleto de webséries, como por exemplo: "Heróis", "Lado Nix" e "Septo", sendo possível encontrar produtoras especializadas nesse novo formato, como a KA8 Produções e a Cinemarketing Filmes.

Para ajudar a entender o surgimento e desenvolvimento da websérie utilizaremos o conceito de convergência desenvolvido por Jenkins (2009). Segundo o autor, os conteúdos e produtos midiáticos estão passando por uma transformação cooperativa. Essa transformação integraria inúmeros sujeitos que estão relacionados aos produtos audiovisuais: mídia alternativa, mídia corporativa, consumidores etc. Para ele, o desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação estaria hibridizando os produtos das mídias mais antigas com as mais novas, o que caracterizaria a era da convergência midiática.

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando. (JENKINS, 2009, p. 29).

Um dos exemplos que ajuda compreender a relação da cultura da convergência e a websérie são os websódios (mistura das palavras web + episódios) da série televisiva *The Walking Dead*. Entre uma temporada e outra, os produtores de *The Walking Dead* trazem episódios com acontecimentos paralelos à história da série para a web. Para Aeraphe (2013), “em seu período inicial de maturidade, as webséries eram criadas como complementos a séries de televisão, apresentando histórias paralelas ou complementares da história principal”.

Outro conceito que facilita o entendimento sobre o surgimento das Webséries é a Web 2.0. Esse conceito foi criado O'Reilly (2005), que o usou para destacar as possibilidades de interação social e financeiras da web. Esse potencial teria ligação com as mudanças da relação entre a Web e os seus usuários no que diz a novas formas de se comunicar. Esse seria um processo de evolução onde aqueles que têm acesso à Web podem acessar redes sociais por celulares, gravar vídeos e os disponibilizá-los para quem tiver interesse, realizar comprar online e interagir com produções de outro país, como *Skam*. Sem esse aspecto da Web 2.0 seria muito mais difícil um brasileiro ter acesso a esse produto.

Para Silva e Zanneti (2013, p. 4), a Web 2.0 está vinculada a um contexto facilitador de inserções e produções individuais e independentes. Arquivos, vídeos, fotos, músicas, produtos audiovisuais e muito mais ganharam asas e passaram a ser acessíveis para um público de escala mundial.

Configurou-se um ambiente propício para a vinculação de obras independentes, um local onde uma produção pode expor seu produto de forma ‘livre’ – frisando a presença de corporações globais nas áreas de armazenamento e exibição em nuvem, como o Youtube e a Google, que não só oferecem os serviços de hospedagem e exibição, mas também estruturam uma rede de acessos, similar ao conceito de Ibope televisual, que possibilita o lucro dos produtores independentes. A Websérie ‘nasce e se reproduz’ neste contexto, coexistindo com curta-metragem independentes, vlogs, podcasts, web-live concerts, cibermarketing e vários outros conteúdos exclusivamente desenvolvidos e disponibilizados na Web. (SILVA; ZANNETI, 2013, p. 4).

Foi a partir do desenvolvimento das formas digitais de comunicação que foi possível a criação de produtos audiovisuais específicos para a Web; e a websérie está inserida nessa

perspectiva. Um dos catalisadores desse fenômeno também foi o processo de aprimoramento tecnológico que “barateou os custos da produção e, ao mesmo tempo, melhorou a qualidade técnica do que é produzido.” (ROSSINI, 2009, p. 15).

Outra perspectiva que ajuda a entender o surgimento da websérie é vista por Neves e Ramos (2015), como a força do interesse público em buscar produções via internet. Aqueles que desfrutaram da possibilidade de usar um computador enxergam, nesse meio, uma possibilidade de buscar informações e de realizar tarefas de forma simultânea. De acordo com essa perspectiva, Souza e Cajazeira (2015, p. 6), afirmam que:

É neste cenário de desenvolvimento das tecnologias, da busca por novos mercados, da convergência digital, da mudança de hábito dos espectadores/ consumidores da televisão para a Web (ao menos uma parte deles), [...] e mercados pelo diálogo das mídias que surge a websérie. (SOUZA, CAJAZEIRA, 2005, p.6)

Ainda sob a ótica de Souza e Cajazeira (2015), a “popularização de sites como o próprio YouTube, o barateamento das câmeras, computadores e softwares de edição, facilitaram e incentivaram as produções de baixo orçamento”. Neste cenário, a narrativa das webséries foram ganhando espaço principalmente nas redes online, onde o custo de produção muitas vezes se apresentava reduzido e, a audiência, alta. A websérie norueguesa *Skam* se mostra como um dos vários exemplos que surgiu após o barateamento da produção das narrativas seriadas, em que é possível construir uma história, atingir um público amplo e diverso, por um baixo orçamento.

3.2 Criação e história da série

A palavra *Skam* tem tradução livre do norueguês para “vergonha” e foi escolhida como o nome da websérie adolescente idealizada pela roteirista, diretora e produtora de televisão norueguesa, Julie Andem. A proposta inicial de *Skam* era ter um caráter educativo e de propagação dos ideais nacionais, assim como tratar, de forma modesta e corriqueira, a realidade da juventude norueguesa, colocando em pauta os seus dramas e as suas vivências cotidianas. Por ter sido produzida pela NPK, canal estatal norueguês, e por não ter utilizado-se do marketing na divulgação, foi uma surpresa para os produtores quando a websérie teve uma grande audiência nacional e internacionalmente.

O primeiro trailer da websérie foi ao ar em 2015, na NPK TV *Online*, apresentando a protagonista da primeira temporada, Eva Kviig Mohn. No planejamento original, a série

teria nove temporadas, no entanto, apenas quatro foram produzidas. Cada temporada tem como ponto central da narrativa o cotidiano de um personagem específico, mantendo o mesmo elenco ao longo das quatro. Assim como se modifica o personagem principal, também são distintos o número e a duração dos episódios de cada temporada (TABELA 1).

Tabela 1 - Dados das quatro temporadas de *Skam*, websérie norueguesa

Temporada	Personagem principal	Número de episódios	Duração dos episódios	Datas de início e de término
Primeira	Eva	11	15 a 35 minutos	25 de setembro de 2015 e 11 de dezembro de 2015
Segunda	Noora	12	24 a 50 minutos	4 de março de 2016 e 3 de junho de 2016
Terceira	Isak	10	18 a 33 minutos	7 de outubro de 2016 e 16 de dezembro de 2016
Quarta	Sana	10	18 a 59 minutos	14 de abril de 2017 e 24 de junho de 2017

Fonte: Wikipédia (2018).

A tabela pontua os personagens principais de cada temporada, em que cada uma apresentou número e duração de episódios distintos. A quantidade de tempo para cada temporada dependeu do desenrolar das narrativas, que por vezes pediu por mais desenvolvimento, como ocorreu com os dramas entre a Noora e o William, na segunda temporada. *Skam* teve início no mês de setembro de 2015, quando o primeiro episódio foi ao ar na NPK TV *Online*, e encerrou no dia 24 de junho de 2017, contabilizando um total de 22 meses de produção.

A primeira temporada aborda principalmente os dramas amorosos de Eva, jovem que se apaixona pelo namorado de sua melhor amiga, Jonas. A narrativa já se inicia com Eva e Jonas juntos, enquanto o seu antigo grupo de amigas se afasta dela devido à traição. Neste ponto, questionamentos acerca do machismo intrínseco à cultura são colocados em

pauta durante os episódios: por que apenas Eva é culpabilizada pela traição? Por que apenas a garota precisa passar por situações humilhantes e o garoto, Jonas, não? É apenas quando Eva faz amizade com Noora, Vilde, Chris e Sana (confira Fig.2), que sua percepção sobre o assunto começa a mudar. Foi apenas ao fazer parte desse grupo plural - com meninas de diferentes objetivos, crenças e padrões de beleza - que Eva se fortalece enquanto mulher e inicia o seu processo de superação da solidão e da insegurança.

Noora Sartre (confira Fig.1), feminista e independente, é a protagonista da segunda temporada, com foco mais aprofundado em seu relacionamento com o problemático e solitário William Magnusson. Noora, uma das integrantes do grupo de amizade de Eva, levanta muitas questões acerca do direito das mulheres e da liberdade que essas deveriam ter. Embora críticas quanto ao relacionamento de Noora e William tenham surgido na Internet, a segunda temporada teve uma audiência muito maior do que a primeira e encantou o público pelo desenvolvimento dos dois personagens.

Figura 1 – Personagem Noora, de *Skam*



Fonte: Reprodução | Internet (2018).

A terceira temporada, por sua vez, tem o foco em Isak Valtersen, o melhor amigo de Jonas. Nela, o jovem norueguês enfrenta os desafios de se descobrir gay e de aceitar sua sexualidade, fato que já vinha sendo abordado ao longo das duas primeiras temporadas. A temática gay é levantada de forma fluida e natural, ao contrário de como ocorre no filme alemão “Queda Livre” e no longa americano “O Segredo de Brokeback Mountain”, em que os protagonistas lidam com o desejo de forma violenta, inicialmente negando aquela parte de si. Para além disso, o Transtorno Bipolar também entra na narrativa da série, que trata o assunto de forma explicativa e educativa para os telespectadores, retirando estereótipos da

doença e apresentando uma representação mais verídica de como ela pode ocorrer no cotidiano.

Figura 2 - Da esquerda para a direita, Chris, Eva, Sana, Vilde e Noora



Fonte: Reprodução | Internet (2018).

A quarta e última temporada, por fim, volta-se para Sana, uma garota muçulmana que se percebe apaixonada por Yousef, um dos amigos de seu irmão. A religião tem muita força no arco narrativo de Sana, principalmente porque ela precisa lidar com as contradições de querer um envolvimento romântico com o Yousef, mas não saber se suas crenças permitem uma aproximação que vá além da amizade.

Ao longo das quatro temporadas, é perceptível que *Skam* vai além de meramente expor o cotidiano de jovens da classe média norueguesa. Ela trata de questões como xenofobia, amizade, resistência, intolerância religiosa, sexualidade, gênero, transtornos psicológicos, relacionamentos abusivos, entre outros tantos assuntos que são questões centrais da juventude do séc. XXI. *Skam* se utiliza de um fio narrativo que se conecta por meio das vivências e dos dramas adolescentes, para poder abordar um discurso mais politizado e debater questões relevantes que muitas vezes são invisibilizadas dentro dos espaços de discussão para a juventude.

3.3 Formato

Seu conceito inicial baseava-se em postar, ao longo da semana, trechos dos momentos da vida do protagonista. Ou seja, eram materiais disponibilizados diariamente em um site vinculado à NPK TV *Online*⁶, que permitiam aos telespectadores acompanhar a

⁶site pode ser acessado em: <<http://skam.p3.no/>>

vida dos personagens, como se esses fossem sujeitos reais, que vivessem de fato como verdadeiros jovens noruegueses. Para tornar essa experiência mais verídica, o material, que sempre possuía a indicação de dia e horário, era disponibilizado exatamente no mesmo instante em que o personagem estava vivendo na série. Ao final da semana, os trechos eram condensados em um e veiculado como episódios de uma série.

Outra ferramenta que também foi utilizada para fortalecer a relação entre os telespectadores e os personagens foi a criação de perfis em mídias sociais. Cada papel representado na tela possuía uma conta de Instagram e Facebook própria, que era alimentada frequentemente, como se esses sujeitos de fato existissem. *Skam* permitia que o público interagisse com os personagens através de comentários e mensagens, chegando a exibir essas interações durante os episódios. O público, nesse formato, deixava de ser somente um ser passivo e passava a ter, também, uma ação dentro da série.

4 MOVIMENTAÇÃO DE SKAM NA CAUDA LONGA

4.1 Recepção da audiência

Vários fatores podem ser levados em consideração ao se estudar o sucesso da série, como a utilização do conceito em tempo, a divulgação de mensagens de texto, a atualização das redes sociais dos personagens, os debates sobre temáticas das minorias e o formato utilizado por Julie Andem. As ferramentas de interação com o público foram tão eficientes que a idealizadora da série e Mari Magnus, responsável pela divulgação do conteúdo online, foram convidados para um evento sobre comunicação, arte e tecnologia, em São Paulo, Mediamorfosis Brasil, dos dias 15 e 16 de setembro de 2017.

Na Noruega, a série tornou-se um fenômeno ao ponto de alguns episódios terem uma audiência de cerca de 26% da população - foram 1,3 milhões espectadores em um país com onde a população é de pouco mais de 5 milhões de habitantes. De acordo com o Google Trends⁷, ferramenta de pesquisa da empresa Google, durante o período de divulgação do primeiro e do último episódio, a série possui picos de busca na segunda e na terceira temporada, como mostra o Gráfico 1. Os dramas de Noora, protagonista da segunda temporada, sobressaem-se inclusive ao relacionamento romântico entre Isak e Even.

⁷ O link está disponível em: <https://trends.google.com.br/trends/explore?date=2015-09-25%202017-05-24&q=skam>. Data de acesso: 28/11/2018

Gráfico 1 - Índice de busca da série *Skam* na Noruega



Fonte: Google Trends (2018).

Por sua vez, quando analisamos as buscas mundiais com o recorte nesse mesmo período de tempo, percebe-se um interesse, incluindo aqueles de baixo volume, em 127 regiões, sobressaindo-se a Noruega, Svalbard e Jan Mayen, Dinamarca, Suécia e Ilhas Faroer. A terceira temporada, disponibilizada entre os dias 7 de outubro de 2016 a 16 de dezembro de 2016 possui um crescimento de audiência, tendo o seu pico ao final da temporada, quando os jovens Isak e Even conseguem superar os obstáculos do relacionamento romântico. No Gráfico 2 percebe-se que, mesmo após o término da série, há uma curva de crescimento na busca pela série. É nesse cenário de interesse dos personagens e da história abordada pela websérie *Skam* que surge a produção de releituras do mesmo conteúdo.

Gráfico 2 - Índice de busca da série *Skam* no mundo



Fonte: Google Trends (2018).

4.2 Adaptação e transmissão em outros países

Foi após o término da série, em junho de 2017, que *Skam* teve seus direitos comprados em seis países: Alemanha, Espanha, França, Holanda, Itália e Estados Unidos. Na adaptação para outras línguas, poucos detalhes foram modificados a fim de respeitar as diferenças culturais de cada país, como as tradições do final do ensino médio, os nomes próprios, as vestimentas e o local de estudo. A narrativa, assim como os conflitos vividos pelos personagens, manteve-se semelhantes à versão original.

Na Alemanha, houve a mudança do nome da série de *Skam* para *Druck*, sendo transmitida pela primeira vez em 19 de março de 2018 na ZDF (Zweites Deutsches Fernsehen). Ao contrário do que ocorreu na Noruega, que se utilizou do portal online para a divulgação do conteúdo da série, a versão alemã veiculou o produto em uma emissora de televisão pública e independente. O mesmo aconteceu na versão francesa, com o canal France 4, e na versão holandesa, com o canal NPO 3; ambos são serviços públicos de televisão.

Na Itália e na Espanha, a série é transmitida em emissoras privadas, sendo necessário pagar uma taxa mensal para ter acesso ao conteúdo divulgado. Entre esses dois países, a diferença se dá no acesso ao conteúdo, porque enquanto *Skam* Itália é veiculada na TIMvision, serviço que opera no campo da distribuição *on-line* de conteúdo de entretenimento, na Espanha é utilizado a plataforma Movistar+, que teve origem na fusão do Canal+ e da Movistar TV e que equivale a 71% do mercado televisivo espanhol.

No entanto, de todas as adaptações, a que mais se assemelha à versão original é *Skam* Austin. A série americana teve seu primeiro episódio publicado em 24 de abril de 2018, utilizando a plataforma do Facebook Watch. Ela se utiliza dos formatos de pequenos cliques lançados diariamente e que, no fim da semana, são agrupados em um episódio único. As mensagens de texto entre os personagens, assim como as mídias sociais falsas também são utilizadas pela versão americana, seguindo o modelo de *Skam* original.

As adaptações, dentro do cenário da cauda longa, encontram-se na cabeça da cauda, ao lado esquerdo, uma vez que se configuram como um produto veiculado nos grandes meios de comunicação e que conquistam não apenas os pequenos nichos temáticos, mas o público em massa. A transmissão de *Skam* em redes televisivas de distintos países a coloca em uma posição, não mais ao lado direito, mas como uma série que tem potencial para conquistar e agradar um público muito mais amplo e diverso do que anteriormente possuía ao ser transmitido pelo site norueguês NPK TV *Online*.

No Brasil, não há perspectiva de produção para uma adaptação nacional de *Skam*, nem mesmo de exibição do produto norueguês nas grandes redes de telecomunicação brasileiras. Apesar disso, a série encontra espaço no grupo do Facebook “Portal *Skam* Brasil”⁸, com 161.580 curtidas, e no Portal *Skam* Brasil⁹, que se encarrega de disponibilizar online os episódios legendados de todas as versões, assim como de produzir notícias relacionadas às filmagens e aos atores da websérie original e de suas adaptações.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Skam, em sua versão norueguesa, inicialmente estava localizada no lado direito da cauda longa de Chris Anderson. A websérie, por tratar de temáticas como feminismo, sexualidade, transtornos alimentares, religião e xenofobia, dialogava com públicos muito específicos dispostos em nichos. Apesar das quatro temporadas dialogarem entre si por possuírem os mesmos personagens, elas poderiam ser vistas individualmente, não era preciso assistir a primeira temporada para compreender a narrativa da segunda. Ou seja, cada nicho poderia assistir os episódios que tratasse das temáticas que tivessem mais interesse.

No entanto, por englobar distintas discussões relevantes para a juventude do séc. XXI e por inovar no formato de divulgação do conteúdo, *Skam* foi gradualmente tendo um aumento de audiência e de interesse do público. O sucesso resultante foi grande ao ponto de seis distintas produtoras comprarem os direitos da história e de realizarem adaptações de acordo com cada realidade. Alemanha, Espanha, França, Holanda, Itália e Estados Unidos tiveram uma versão própria da série, mantendo o crescimento da audiência e levando a narrativa seriada para um público cada vez mais amplo.

É nesse contexto, então, que ocorre a movimentação de *Skam* na cauda longa, porque ao invés de ser um produto reduzido geograficamente às cidades norueguesas, a série atinge públicos mundiais e encontra outras plataformas. Em quatro dos seis países que realizaram a adaptação, a série passou a ser transmitida por canais televisivos que possuem uma grande audiência, que concentram distintos públicos e atingem uma quantidade maior de telespectadores. Ou seja, foi através das adaptações que *Skam* movimentou-se do lado

⁸ Link disponível em: < <https://www.facebook.com/groups/portalskambrasil/> > . Acesso em: 28/11/2018.

⁹ Site disponível em: < <https://portalskam.com/> > . Acesso em: 28/11/2018.

direito da cauda para ocupar a região esquerda, onde estão localizados os grandes produtos streaming.

Referências

AERAPHE, Guto. **Webséries: criação e desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2013.

ANDERSON, Chris. **The long tail: why the future of business is selling less of more**. New York, NY: Hyperion, 2006.

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

KRÜGER, Steffen; RUSTAD, Gry C. Coping with shame in a media-saturated society: norwegian Web-series Skamas transitional object. **Television and New Media**, v. 22, nov. 2017. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1527476417741379>>. Acesso em: 22 out. 2018.

NEVES, Dorneles Daniel Barros; RAMOS, Eutália Silva. Estrutura narrativa seriada para web a partir da análise da websérie elemento intercom. **Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, v. 17, p. 1-15, 2015.

OLIVEIRA, Anny. **Por que Skam não é a Skins norueguesa**. 2017. Disponível em: <<http://jornalismojunior.com.br/sala33/por-que-skam-nao-e-a-skins-norueguesa/>>. Acesso em: 29 out. 2018.

O'REILLY, Tim. **Design patterns and business models for the next generation of software**. 2005. Disponível em: <<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>>. Acesso em: 29 out. 2018.

ROSSINI, Miriam de Souza. Traduções audiovisuais: múltiplos contatos entre cinema e tevê. In: ROSSINI, Miriam de Souza; SILVA, Alexandre Rocha da. (Orgs.) **Do audiovisual às audiovisualidades: convergência e dispersão nas mídias**. Porto Alegre, RS: Asterisco, 2009.

SILVA, Lucas Octávio Cândido da; ZANETTI, Daniela. 2013. **A websérie como produto audiovisual**. 2013. Disponível em: <<https://www.passeidireto.com/arquivo/52073091/artigo-a-webserie-como-produto-audiovisual?ordem=1>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

SOUZA, José Jullian Gomes de; CAJAZEIRA, Paulo Eduardo. Mas afinal, o que é uma websérie documental? In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 38., 2015, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Intercom –

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2015. Disponível em:<<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-1215-1.pdf>>. Acesso em: 12 nov. 2018.

WIKIPEDIA. *Skam* (série de TV). 2018. Disponível em: <[https://en.wikipedia.org/wiki/Skam_\(TV_series\)#cite_note-46](https://en.wikipedia.org/wiki/Skam_(TV_series)#cite_note-46)>. Acesso em: 29 out. 2018.

VINICÍUS, Gabriel. **Conheça “Skam (vergonha)”, série da Noruega considerada a “Skins” dos tempos atuais.** 2016. Disponível em: <<http://www.papelpop.com/2016/11/conheca-skam-vergonha-serie-da-noruega-considerada-skins-dos-tempos-atuais/>>. Acesso em: 29 out. 2018.
