

A Aia Tem Mais A Contar: Análise de Recepção da Série The Handmaid's Tale por Espectadores Brasileiros¹

Tuanny de PAULA²

Dafne Pedroso Reis da SILVA³

Universidade Comunitária da Região de Chapecó - Unochapecó, Chapecó/SC

Resumo

A presente pesquisa objetivou investigar a recepção da série The Handmaid's Tale, produzida pela Hulu, por espectadores brasileiros. Para isso, embasou-se em teorias sobre séries audiovisuais, formas de consumo audiovisual, consumo, mediação e recepção. Em relação à metodologia, um questionário exploratório foi disponibilizado durante oito dias no site oficial da série no Brasil e nas redes sociais dos mesmos administradores e recebeu 210 respostas. O resultado apresentou pistas sobre o perfil dos espectadores da série, como consomem produtos audiovisuais e percepções sobre a série. Após isso, 10 respondentes foram selecionados para a etapa de entrevista em profundidade, onde foram discutidas questões sobre os episódios e como os espectadores interpretam e se apropriaram dos conteúdos para o seu meio social.

Palavras-chave: Recepção. Série. The Handmaid's Tale.

1 INTRODUÇÃO

As produções cinematográficas estão em constante desenvolvimento. Entre elas, as produções seriadas se destacam, tanto pelos conteúdos tratados como nas maneiras de se acompanhar. Isso aconteceu porque nos últimos anos os serviços de *streaming*⁴ se mostraram uma alternativa a parte para os espectadores, que podem escolher o dia e horário desejado para assistir, não estando mais reféns das grades de programação das TVs abertas e fechadas ou a espera de arquivos para download.

¹ Trabalho apresentado na IJ 4 - Comunicação Audiovisual do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019

² Graduanda do curso de Jornalismo da Unochapecó, e-mail: tuanny.paula@unochapeco.edu.br

³ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Jornalismo da Unochapecó, e-mail: dafnepedroso@unochapeco.edu.br

⁴ O serviço de streaming é todo conteúdo multimídia disponibilizado na internet que não precisa necessariamente ser baixado para ser consumido. Fonte:

<https://www.tecmundo.com.br/streaming/112641-existe-diferenca-entre-video-streaming-on-demand.htm>

> Acessado em 03 de de abril de 2019.

Toda essa intensificação nas produções audiovisuais e nas suas formas de consumo a partir dos espectadores, se deve a essa nova forma de assistir. As plataformas online, como a Netflix, a Amazon e a Hulu, possibilitam ao consumidor realizar *binge-watching*, termo utilizado para “maratona”, e com isso ele não precisa mais esperar toda semana por novos episódios. Porém essa prática não é utilizada em todas as produções das plataformas citadas, pois algumas séries ainda são lançadas semanalmente, como é o caso de *The Handmaid’s Tale*.

Com duas temporadas, o serviço Hulu adotou a estratégia de lançar na primeira temporada, que tem 10 episódios, os três primeiros juntos e posteriormente os sete episódios restantes semanalmente. Já na segunda temporada, com 13 episódios encomendados, lançou os dois primeiros episódios juntos e repetiu a mesma estratégia da primeira temporada.

No Brasil, a série foi acompanhada inicialmente pelos espectadores através de download ou em plataformas online, pois o serviço Hulu não está disponível no país. No começo de 2018 o canal Paramount Channel Brasil conseguiu os direitos para circular a produção e começou a passar a primeira temporada no dia 11 de março. A segunda temporada ganhou estreia no Brasil pelo mesmo canal, a partir de 02 de setembro. Os episódios foram transmitidos nos domingos à noite, a partir das 21 horas.

Na rede, a série conta com um site oficial brasileiro, chamado *The Handmaid’s Tale Brasil* e redes sociais com o mesmo nome. No Facebook, a página conta com mais de 35.253 seguidores. No Instagram o perfil tem 9.013 seguidores e no Twitter tem 2.358 seguidores.

Já em sua primeira temporada, a série se tornou um holofote para os amantes da sétima arte. Desta forma, para entender os processos de consumo, apropriação e mediação do público, a proposta da pesquisa fora de realizar uma análise de recepção da série *The Handmaid’s Tale* por espectadores brasileiros. Inicialmente para descobrir esse público, foi realizado um questionário no Google Formulários e publicado no site oficial da série no Brasil, página do Facebook, no perfil do Twitter e no grupo do Whatsapp criado pelo administrador dessas redes sociais. Ele ficou disponível por 8 dias e obteve 210 respostas. Com ele foi possível descobrir que a maioria dos espectadores tem em torno de 20 a 25 anos (40,5%), são maioria mulheres (79%) e grande parte ora na região Sudeste do país (43,8%). Além disso, foi questionado sobre o que sentem ao assistir a série e 57,1% dos respondentes apontou que sentem angústia, além de 91% comparar as situações mostradas

na produção com acontecimentos políticos, econômicos e sociais do nosso país e do mundo.

Esses resultados iniciais colaboram para o entendimento dos perfis dos espectadores da série e para o desenvolvimento de uma análise de recepção e consumo midiático. Exposto isso, a pergunta que norteou esse trabalho foi: Como a série *The Handmaid's Tale*, produzida pela Hulu, é consumida e interpretada pelo espectador brasileiro? Quem é o público espectador? Quais as principais formas de consumo dos espectadores? Como ocorrem as apropriações do conteúdo da série pelos espectadores?

2 UNIVERSO THE HANDMAID'S TALE

Lançado em 1985, por Margaret Eleanor Atwood, o livro “*The Handmaid's Tale*” é uma obra ficcional adaptada em um mundo distópico, a história é narrada por Offred, uma serva na República de Gilead, onde a sua principal tarefa é procriar para os altos comandos. O mundo já não é mais o mesmo, e com os altos níveis de radiação e com uma guerra em andamento, a maioria das mulheres se tornaram inférteis. Com a queda da natalidade e um golpe de Estado, Gilead é instalada no que era conhecido como os Estados Unidos da América. Lá, as mulheres férteis são obrigadas a servir comandantes, com o objetivo de engravidar e continuar a reprodução humana. Dividida em classes, a repressão proíbe mulheres de ler, se expressar, privando-as de todos os direitos sociais, econômicos e políticos.

Em 1990 a obra foi adaptada para o cinema e em 2017 para a ficção seriada. Ambas as produções seguem a mesma narrativa do livro, com o diferencial da série criar além do que o livro propôs. O livro fez grande sucesso na época de lançamento e atualmente ganhou novamente relevância devido a onda conservadora que se espalha, como a eleição de Donald Trump e as guerras químicas que acontecem na Síria, assim como os acontecimentos políticos do Brasil.

3 PESQUISA TEÓRICA

A pesquisa teórica se apresenta como parte essencial de uma análise. Com ela é possível refletir e se aprofundar no conteúdo estudado. Maldonado (2012), explica que é preciso problematizar constantemente as ideias com o tema trabalhado. Por isso, neste capítulo serão abordados estudados as formas de consumo audiovisual, o consumo e recepção e o mal-estar ao assistir produtos audiovisuais violentos.

Desde o surgimento da TV, a forma de consumir conteúdos se alterou de maneiras expansivas. Primeiro foram televisores em locais públicos, depois estes ganharam as casas e mais tarde passaram para outros tipos de telas. A internet e a convergência midiática contribuíram para que novas formas de consumir esse conteúdo fosse possível. Jenkins (2009) afirma que as novas tecnologias midiáticas permitem que um mesmo conteúdo seja transmitido por vários canais e possa ser consumido de diferentes formas. Ou seja, das TVs, os conteúdos migraram para a internet e depois com a evolução dessa, passaram a ser transmitidos em qualquer dispositivo, como computadores, celulares e tablets.

A partir dessas alternativas de plataformas, os consumidores passaram a realizar conexões enquanto consomem o produto. A forma de assistir, passa assim, a se adequar às demandas da vida pessoal e profissional do espectador.

Além do consumo das produções audiovisuais, os espectadores criam táticas e estratégias para assistir ao conteúdo, que estão inseridas em seu cotidiano e na maneira que consomem os produtos. Conforme Silva (2009) apud Certeau (1994) explica:

Diferente da *estratégia*, que é “o cálculo das relações de força que se torna possível a partir do momento em que um sujeito de querer e poder é insolável de um “ambiente” (CERTEAU, 1994, p. 46); a *tática* é característica das práticas cotidianas. Ela não se insere num lugar próprio, desde onde consegue enxergar uma fronteira, pelo contrário, ela está dentro do lugar do outro e, sendo assim, “Tem constantemente que jogar com os acontecimentos para os transformar em “ocasiões”. (SILVA, 2009, p. 72 apud CERTEAU, 1994, p. 46)

Isso está de acordo com o que Kellner (2001) propõe ao explicar sobre o processo de recepção. Para ele o receptor resiste as mensagens produzidas e veiculadas pela mídia, usando a própria identidade cultural para construir novos significados. Assim, o sujeito que, segundo os primeiros estudos da área, era um sujeito de massa que não criava nada a partir do que recebia, passa a ser um receptor que se apropria dos conteúdos consumidos para criar novas significações e interpretações.

Em conjunto com o processo de recepção, a mediação aparece também para explicar o que acontece entre o meio e o receptor, através da interação dele para entender além dos objetivos comerciais do produto, conforme explica Martín-Barbero (2013). A mediação leva o sujeito a interpretar o conteúdo através da cultura que está inserido.

Para que a mediação aconteça, a identidade cultural do sujeito tem influência, pois é através dela que ele se constrói. “A identidade surge não tanto da plenitude da identidade

que já está dentro de nós como indivíduos, mas de *uma falta* de inteireza que é “preenchida” a partir de nosso *exterior*, pelas formas das quais nós imaginamos ser vistos pelos *outros*” (HALL, p. 39, 2011).

Nesse sentido, a recepção dos conteúdos passa a ter uma relação de apropriação, onde os sujeitos começam a ser entendidos também como sujeitos comunicantes e não receptores. Isso porque ele não passa a ser somente um receptor do conteúdo, mas passa a produzir a partir do que consome e a comunicar para a comunidade.

4 METODOLOGIA

A metodologia utilizada na pesquisa foi de cunho quantitativo e qualitativo. De modo a aproximar essas bases da pesquisa com os resultados almejados, a pesquisa exploratória foi a opção para a investigação que busca se aproximar do objeto estudado para obter resultados mais concretos. “As ações da pesquisa exploratória abrangem planejamento, construção e realização de sucessivas aproximações ao concreto empírico a partir de várias angulações possíveis que interessam ao problema/objeto em construção” (BONIN, 2011, p.39). Sendo assim, um questionário foi aplicado no grupo do Whatsapp da série, no site oficial da série, no Twitter e na página do Facebook, que são administrados pela mesma pessoa. Esse tipo de investigação inicial é uma técnica “de investigação composta por conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas [...]” (GIL, 2016, p.121).

O formulário foi realizado no Google Formulários, onde era explicado o teor da pesquisa e qual a sua finalidade, com questões referentes ao perfil do entrevistado, sobre o seu consumo da série, sobre a aproximação da série com os acontecimentos da sociedade atual, sobre questões feministas trabalhadas na série e se estariam dispostos a contribuir com a segunda etapa da pesquisa em uma entrevista a distância. Conforme a resposta, eles poderiam deixar os seus contatos.

O questionário foi lançado no dia 17 de maio de 2018 e ficou ativo por oito dias, sendo fechado no dia 24 de maio de 2018 e obteve 210 respostas. A partir da análise das informações obtidas, foi montado o roteiro de entrevista para discutir sobre os temas trabalhados pela série. Também foi criado um método de seleção dos entrevistados para a segunda etapa, a partir de critérios de inclusão: idade (diverso), gênero, escolaridade, região onde mora, participação em grupos de discussão e a percepção sobre as discussões

da série com alguns acontecimentos do Brasil e do mundo, assim como questões feministas.

5 RESULTADOS E ANÁLISES

Nos oito dias que o questionário ficou em aberto, obtivemos o resultado quantitativo dos espectadores da série. Quanto ao gênero, 79% são espectadoras mulheres e 21% homens, com idades que variam de 20 a 50 anos. A maioria dos respondentes são pessoas na faixa dos 20 a 25 anos, (40,5%).

Ainda em relação ao perfil dos espectadores, a escolaridade apresentou uma grande variação, mas evidenciou que a maioria dos respondentes obtém um grau de escolaridade com ensino superior incompleto (38,1%) e ensino superior completo (31%). As regiões com maiores consumidores da série resultaram em 43,8% da região Sudeste, 23,3% da região Sul e 21,4% da região Nordeste.

Após analisar essas respostas e as demais perguntas sobre algumas percepções da série, foram escolhidos 10 espectadores, 6 mulheres e 4 homens, que se dispuseram a participar da etapa de entrevista em profundidade. Segundo Duarte (2010), na entrevista em profundidade é possível recolher as informações sobre determinado assunto e explorá-lo para que a interpretação do pesquisador seja uma construção crítica e próxima da realidade.

Sendo assim, nos subitens abaixo serão feitas descrições e análises teóricas das entrevistas realizadas com os 10 espectadores selecionados. Com elas, são aprofundados os objetivos específicos, que eram: identificar o público espectador, as principais formas de consumo dos entrevistados e como ocorrem as apropriações do conteúdo da série pelos espectadores.

5.1 Perfil dos espectadores

A partir das entrevistas com os espectadores da série *The Handmaid's Tale* selecionados, obtivemos o perfil de Adriana, 23 anos, que mora em Manaus (AM). Ela é estudante de Ciências Biológicas e mora com a avó e a tia. No momento não trabalha e tem renda familiar no valor médio de 8 mil reais.

Angela, 36 anos, mora em Paranavaí (PR). Formada em farmácia, trabalha como tradutora e programadora. Mora com os pais e têm renda salarial superior a 3 mil reais.

Cristina, 20 anos, mora em Rondonópolis (MT). Estuda psicologia e não trabalha. Mora em uma república com outra menina. Os pais auxiliam nos gastos - eles recebem em torno de 4 salários mínimos.

Fernanda, 18 anos, mora em Parnaíba (PI). Estuda psicologia e não trabalha. Mora com amigos e recebe auxílio dos pais - eles têm uma renda em torno de 2,5 salários mínimos.

João, 21 anos, mora em Santa Maria (RS). Estuda comunicação social - produção editorial e é estagiário em uma agência de design gráfico. Mora com o irmão e a namorada dele, que contabilizam uma renda mensal de 3 salários mínimos. Ainda recebe auxílio dos pais.

Jonatan, 25 anos, mora em Parnamirim (RN). Não estuda e é empreendedor de uma pizzaria. Mora com o irmão e sua renda corresponde a R\$1.900,00.

Marcio, 23 anos, mora em Limeira (SP). Trancou o curso de publicidade e propaganda em 2018. Trabalha como auxiliar de vendas e mora com a mãe. A renda familiar se aproxima de R\$2.500,00.

Maria, 52 anos, mora em Foz do Iguaçu (PR). Formada em administração e graduação incompleta em marketing. Trabalha como produtora e mora com o filho, a irmã e o pai. Tem renda familiar em torno de 8 mil reais.

Mariana, 28 anos, mora em Presidente Prudente (SP). Doutoranda em Geografia, não trabalha. Mora com a namorada e tem renda proveniente de bolsa de estudos - em torno de 2 mil reais.

Mauricio, 20 anos, mora em Chapecó (SC). Estuda Engenharia Ambiental e Sanitária na Universidade Federal Fronteira Sul. Trabalha como administrador das páginas da série The Handmaid's Tale e também da página da série iZombie, além de gerenciar outras páginas. Com isso, recebe em torno de 500 reais e mais ajuda dos pais de R\$1.200,00. Mora em uma república, com mais três pessoas.

É possível perceber que o perfil dos espectadores entrevistados se difere em alguns pontos. Oito dos entrevistados estão cursando ensino superior ou já cursaram. Os outros dois, um trancou e outro optou por não cursar. As idades são variadas, mas se concentram na faixa de 20 a 25 anos. A maioria dos entrevistados mora com os pais, irmãos ou parentes próximos. Outro ponto a ser ressaltado no perfil dos entrevistados é que a maioria não trabalha, devido aos estudos. Dos dez entrevistados, vale destacar também Maurício,

que é administrador das páginas nas redes sociais e o site da série *The Handmaid's Tale* e que mora em Chapecó.

5.2 Consumo de conteúdos midiáticos e da série

Para entender como ocorre esse processo de consumo da série *The Handmaid's Tale* e por que meios os espectadores costumam assistir, foram feitas perguntas como: se tem o costume de assistir TV aberta e fechada, se tem assinatura de streamings ou costuma baixar os conteúdos para assistir, como assistiu a série *The Handmaid's Tale* e se assistiu sozinho ou acompanhado.

Adriana, 23 anos, acompanha TV aberta e fechada. Tem assinatura da Netflix e da Amazon, porém só assiste a séries quando recebe o e-mail de novos episódios das produções que acompanha. Fez download da série e assistiu sozinha.

Angela, 36 anos, assiste TV aberta e não tem o costume de acompanhar a TV fechada. Tem assinatura da Netflix também. Fez download da série para assistir, sozinha.

Cristina, 20 anos, assiste TV aberta só quando visita os pais. Onde mora não tem TV, por isso consome conteúdos pelo notebook ou celular. Tem assinatura da Netflix. Fez download da série e assistiu sozinha.

Fernanda, 18 anos, assiste TV aberta as vezes. Assina a Netflix, mas também faz download de séries e filmes. Fez download da série e assistiu sozinha.

João, 21 anos, a família assina Netflix, por isso costuma assistir por esse meio. Não assiste TV aberta e a TV fechada as vezes. Ele também baixa séries ou assiste pelo Youtube, normalmente sozinho. No caso de *The Handmaid's Tale*, assistiu alguns episódios novamente com a irmã, para acompanhá-la.

Jonatan, 25 anos, assiste TV aberta e tem assinatura da Netflix. Assiste a conteúdo online, pelo notebook ou celular. Assistiu a série online e pelo canal da Paramount Channel. A primeira vez foi sozinho e a segunda junto com a mãe e o irmão.

Marcio, 23 anos, assiste a TV aberta e fechada. Tem Netflix também. A série assistiu online e sozinho.

Maria, 52 anos, acompanha a TV fechada e também conteúdos pelo computador. Tem assinatura da Netflix também. Assistiu a série online e sozinha.

Mariana, 28 anos, não tem TV. Costuma assistir a conteúdos pelo computador e compartilha uma senha comunitária da Netflix. Fez download da série e assistiu sozinha.

Maurício, 20 anos, assiste programas de auditório e reproduções de programas estrangeiros na TV aberta. Não tem TV fechada, mas tem assinatura da Netflix. Assistiu *The Handmaid's Tale* sozinho, através de download

Ao analisar essas respostas, podemos perceber que todos os entrevistados têm assinatura do canal de streaming Netflix, que é considerado o principal concorrente da Hulu, que produz *The Handmaid's Tale*. Porém, este último não está disponível no Brasil, o que dificulta o uso dele para assistir a série. Além disso, grande parte ainda tem o costume de assistir à TV e acompanhar os canais abertos ou a programação dos canais fechados. O consumo de conteúdos nesses meios mais tradicionais corrobora com o que Jenkins (2009) afirma também como uma transformação cultural, onde os espectadores ainda procuram informações e conexões em diferentes mídias.

Mas voltando para o consumo de conteúdos *on demand*, percebemos que a opção dos entrevistados é assistir à produção em páginas online ou por download dos episódios. A internet possibilita que os espectadores possam acessar os conteúdos de forma rápida, sem esperar muito tempo para receber entre o lançamento oficial do país e a vinda para os canais brasileiros. Esse foi o caso de *The Handmaid's Tale*, na qual a Paramount Channel garantiu os direitos de exibição para passar em seu canal fechado só em março de 2018, quando o lançamento da primeira temporada aconteceu em abril de 2017. O mesmo caso aconteceu com a segunda temporada, porém esta ficou disponível em setembro deste ano, agilizando o processo. Contudo, nesse meio tempo os consumidores já haviam procurado a internet para assistir à produção.

5.3 Apropriações de conteúdo a partir de episódios da série

Durante os episódios da primeira temporada e também da segunda temporada, são mostradas algumas cenas do passado de June. Nelas, é possível perceber o sistema de Gilead tomando o poder aos poucos e retirando o direito das mulheres de trabalhar e ter bens materiais. Uma das cenas é quando June está no trabalho, e seu chefe reúne todas as funcionárias mulheres e explica que terá de demiti-las, pois a lei agora determina que mulheres não podem trabalhar. Sem entender, elas questionam o que está acontecendo, porém ele só afirma que elas precisam ir embora. Consternadas, elas organizam as coisas e se encaminham para fora do prédio, onde há uma movimentação de carros e na porta um guarda armado, que exclama ao June passar por ele: “Sob os olhos Dele”.

Outra cena é quando June e Moira percebem o que está acontecendo e resolvem participar de um protesto para reclamar seus direitos como mulheres de volta. Enquanto várias pessoas seguram cartazes e gritam, guardas andam em fileira e oprimem. Tiros começam a ser dados e as pessoas começam a correr. June e Moira fogem e se escondem em um café abandonado, enquanto lá fora pessoas são alvejadas, bombas são largadas e tiros são dados a esmo. A violência toma conta do ambiente e a cena acontece em câmera lenta.

Pensando nessas cenas, os entrevistados foram perguntados sobre como eles aliam elas com os movimentos feministas, de luta pelos direitos das mulheres e pela igualdade perante a sociedade.

Adriana, 23 anos, às vezes se pega pensando durante o dia a dia em como reagiria se tal fato da série acontecesse com ela. Ela compara com as manifestações que já aconteceram no país e em como a série não funciona como um manual de instruções, mas sim como um manifesto.

Angela, 36 anos, lembra da série sempre que vê pessoas criticando os movimentos sociais de luta, como os feministas. Ela também deixou de ser apática quanto a isso e sempre defende os seus pensamentos perante as outras pessoas, tudo isso depois que assistiu à produção.

Cristina, 20 anos, acredita que a série seja muito atual, porque tem temas que são continuamente debatidos na sociedade. Ela também percebe que muitas das discussões ainda tratam a mulher como do lar e acredita que a luta feminista aparece para mostrar que não é isso, que tudo é uma construção. Cristina também percebe que muitas coisas ainda favorecem uma camada da sociedade, que é principalmente masculina e branca.

Fernanda, 18 anos, vê os movimentos feministas como totalmente ligados a busca por direitos igualitários e a série mostra a negação deles como a ascensão do sistema de Gilead.

João, 21 anos, percebe que as cenas da manifestação poderiam ser retiradas de exemplos da nossa realidade e percebeu como o sistema de Gilead se instalou gradualmente. João também vê essas cenas como uma previsão, mas espera que não venha a acontecer.

Jonatan, 25 anos, acha que o movimento feminista e o cristianismo não combinam, pois algumas falas feministas são contrárias às crenças. Porém, acha importante a luta da mulher por direitos.

Marcio, 23 anos, comenta que as mulheres têm um histórico muito antigo de conquista ao poder, porém foram taxadas como bruxas e cassadas. Ele também acredita ser muito realista o que a série mostra.

Maria, 52 anos, viu como as pessoas demoraram para se posicionar ao que estava acontecendo, o que desencadeou em tudo o sistema de Gilead. Ela compara com a realidade e tem preocupação com o que possa acontecer se as pessoas não saírem da zona de conforto para lutar pelos seus direitos.

Mariana, 28 anos, percebeu ao assistir as cenas em como são frágeis as conquistas femininas. Ela também comenta que é difícil ignorar que existem grupos que querem confiscar direitos em nossa sociedade.

Mauricio, 20 anos, comparou com diversos projetos que são discutidos em nossa sociedade e são retirados, assim como alguns discursos de políticos que se voltam contra as mulheres e minorias.

Ao assistir essas cenas de flashbacks, mostrando o governo de Gilead tomando o poder aos poucos, os entrevistados conseguem identificar algumas situações com questões de nossa sociedade, principalmente quando estão ligadas aos direitos das mulheres. Além de envolver uma questão social, os espectadores conseguem perceber a política e o poder patriarcal que ainda predomina, tanto na série como em nosso país. Além disso, ao ver a fragilidade das conquistas, eles refletem em como reagiriam e também em encontram motivos para se tornarem menos apáticos aos acontecimentos que os cercam. Esse processo, é o que Hall (2003) teoriza como um processo de codificação/decodificação. O autor entende o processo de recepção como uma estrutura complexa de significações, que podem ser decifradas de diversas maneiras. Assim, o significado da mensagem passada através de um produto midiático passa por uma decodificação do receptor, que não corresponde mais de forma homogênea.

Nessas relações de identificação, o produto criado consiste em ações políticas que os espectadores consomem e se transformam em interações socioculturais. Isso se compara quando alguns entrevistados respondem que as cenas da série poderiam ser retiradas de acontecimentos reais e em como estão ligados aos movimentos feministas e da luta da mulher pela igualdade. Essa reflexão é uma apropriação coletiva e não mais individual.

5.4 As notícias jornalísticas da série e a relação com as notícias no Brasil

Na segunda temporada, acompanhamos a fuga de June. Ajudada por Nick e outras pessoas desconhecidas, ela é levada para diversos lugares abandonados, para assim não ser encontrada. Um desses lugares é um jornal abandonado, o The Globe. Ao ficar no local, June começa a vagar pelas salas e a observar as coisas abandonadas. Através dos objetos deixados para trás é possível perceber a vida antes do sistema de Gilead e como tudo foi acabando às pressas. Em um porão, marcas de tiro na parede mostram a violência para aqueles que eram produtores de conteúdos sobre a sociedade.

Em cima de diversas mesas, itens como fotografias e pequenas lembranças ficaram para trás, lembrando que homens e mulheres passavam horas do dia contando histórias e noticiando sobre o que acontecia no país. Durante o episódio ela também começa a juntar alguns dos itens e cria um altar em memória das pessoas que trabalhavam no jornal.

June passa dias escondida lá e começa a criar uma rotina, para se manter em movimento. Uma das tarefas que ela começa a realizar é recortar notícias do jornal e a colar em um mural. Ao ver as notícias ela fala “Você estava lá. O tempo todo. Mas ninguém percebeu”. A fala reflete o sistema de Gilead, estampado nos textos. Porém não foram todos que não perceberam. Feministas e minorias protestaram contra o que estava acontecendo, mas não tiveram sucesso.

Adriana, 23 anos, acredita que Gilead está presente no país de uma forma velada.

Angela, 36 anos, compara com as situações políticas e de violência que acontecem no Brasil e em como as pessoas aplaudem essas ações.

Cristina, 20 anos, consegue comparar com as eleições deste ano, onde um discurso conservador prevaleceu, da mesma forma que aconteceu na série.

Fernanda, 18 anos, reflete que o cenário de *The Handmaid’s Tale* não está distante da realidade, pois percebe um avanço de bandeiras preconceituosas.

João, 21 anos, acredita que a mídia é aliada da política e muitas vezes ameniza o que realmente está acontecendo politicamente na sociedade.

Jonatan, 25 anos, percebe que muitas coisas da série estão acontecendo em nossa sociedade, mas também reflete que muitos assuntos que anos atrás eram tratados como errados estão sendo discutidos abertamente atualmente.

Marcio, 23 anos, compara com a realidade e percebe como muitas vezes o cidadão deixa as coisas acontecerem e quando se dá conta é tarde demais.

Maria, 52 anos, com um ponto de vista de profissional da comunicação, ela percebe como a mídia corrobora com as mentiras e como isso causa discernimento entre a população.

Mariana, 28 anos, sente que cada vez mais a sociedade vive um retrocesso e que muitas coisas que aconteceram na série estão presentes nos acontecimentos políticos, sociais e econômicos do país.

Mauricio, 20 anos, não foi perguntado.

Ao serem perguntados sobre essas comparações, os entrevistados conseguem associar diversas informações que são noticiadas nos jornais com o que a série mostrou. Mariana sente que conforme acompanha as notícias, um retrocesso se instaura no país, enquanto Adriana acredita que o formato do governo de Gilead está presente no Brasil de forma velada. Maria, que tem uma percepção como profissional da comunicação comenta as estratégias da mídia para transmitir informações e como isso altera a compreensão real dos espectadores, assim como João, que está inserido na área de comunicação e acredita que a mídia é uma grande aliada da política e que ajuda a amenizar a realidade.

Ao analisar essas respostas e dos demais entrevistados, percebemos o quanto o contexto cultural em que estão inseridos, apesar de na pesquisa não termos explorado a fundo, ajuda na percepção e interpretação da série. A identidade cultural do sujeito também tem forte influência, pois ela constrói a bagagem social e política que o sujeito precisa para consumir o produto.

Como Martín-Barbero (2013) explica, o processo dos efeitos das mensagens está relacionada a apropriação dos produtos por parte dos receptores, pois o conteúdo passa a gerar sentidos e extrapola o cotidiano dos receptores. As significações micro, relacionada ao que o sujeito controla, passa a ser macro, de estrutura social. Assim, a partir do momento que os entrevistados começam a relacionar que Gilead estava nas notícias publicadas e que as pessoas ignoraram, elas começam a produzir sentidos para a realidade delas.

Essa produção de sentidos é encontrada através das notícias brasileiras consumidas pelos entrevistados, que percebem alguns traços do que acontece na série com o Brasil e os países próximos. Um exemplo foi a repercussão política da legalização do aborto na Argentina, na qual as manifestantes usaram os figurinos das Aias para representar o que estava acontecendo.

No Brasil, no mesmo período, algumas mulheres compareceram em frente ao Supremo Tribunal Federal vestidas de Aia, para manifestar resistência enquanto era feita uma audiência pública da ADPF 442, que entre outras pautas, pedia a descriminalização do aborto até a 12ª semana de gestação.

Mais recentemente, e conforme os entrevistados apontaram, a série ganha força ao ser comparada com os movimentos políticos brasileiros, ligados às eleições. Cristina, afirma que para a pergunta, a única resposta que consegue pensar foram as eleições de 2018, na qual um discurso conservador ganhou força, como aconteceu em Gilead.

Com isso, podemos perceber as relações que os espectadores constroem ao assistir a série. Também, ao se apropriar dos figurinos para protestar, o sujeito passa a criar novas formas de participação, levando sentidos e significados para o ambiente que vive.

6 CONCLUSÃO

Após analisar as respostas individuais, podemos constatar, de maneira geral, que o perfil dos espectadores da série se apresentou ser maioria com faixa etária de 20 a 25 anos, mulheres e que assistiram a série *The Handmaid's Tale* através de download de episódios. Além disso, as respostas apontaram que a maioria dos consumidores conseguem aproximar os conteúdos da produção com discussões políticas, econômicas e sociais de sua realidade.

Os dez respondentes selecionados, sendo seis mulheres e quatro homens, de faixa etária de 18 a 52 anos foram divididos em regiões do país, sendo: quatro da região Sul, dois da Sudeste, dois do Nordeste, um do Centro-Oeste e um da região Norte. Com essa pluralidade de regiões e de idades, foi possível identificar diferentes opiniões, como também a convergência delas. Suas formas de consumo são principalmente através do serviço de streaming Netflix, porém os entrevistados assistiram a série *The Handmaid's Tale* por download de episódios ou em sites.

Quanto a apropriação dos conteúdos da série, podemos perceber que principalmente as entrevistadas mulheres conseguem se identificar com as personagens femininas e a luta feminista por igualdade. De modo geral, os espectadores também conseguem fazer paralelos com o que é mostrado na série com a realidade do país e do mundo, tanto em questões políticas, econômicas e sociais. Durante as entrevistas, que foram feitas no mês de Agosto de 2018, a situação política do país foi citada pela maioria, principalmente devido à proximidade das eleições. Ao refletir sobre isso, podemos

constatar que, se as entrevistas tivessem sido feitas no período eleitoral as respostas seriam diferentes quanto a essa comparação da série com a sociedade brasileira. Consideramos que elas seriam mais evidentes, pois alguns entrevistados acreditam que o governo de Gilead da série já está presente no país, em pequenas formas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BONIN, Jiani. Revisitando os bastidores da pesquisa: práticas metodológicas na construção de um projeto de investigação. In: **Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos**. 2 ed. Sulina, 2012.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.
- HALL, Stuart. Da diáspora: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: estudos culturais: identidades e política entre o moderno e o pós-moderno**. 1 ed. São Paulo: EDUSC, 2001.
- MALDONADO, Alberto Efendy. Pesquisa em comunicação: trilhas históricas, contextualização, pesquisa empírica e pesquisa teórica. In: **Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos**. 2 ed. Sulina, 2012.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 7 ed. Editora UFRJ. Rio de Janeiro, 2013.
- SILVA, Dafne Reis Pedroso da. **Hoje tem cinema: a recepção de mostras itinerantes organizadas pelo Cineclubes Lanterna Aurélio**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2009.