

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE  
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL  
CURSO DE BACHARELADO EM CINEMA E AUDIOVISUAL

**LETÍCIA LUZIA DA SILVA FURTADO**

**DA *NETWORK* AO *STREAMING*: AS  
RECONFIGURAÇÕES DA NARRATIVA SERIADA EM  
*ARRESTED DEVELOPMENT***

**NITERÓI  
2018**

**LETÍCIA LUZIA DA SILVA FURTADO**

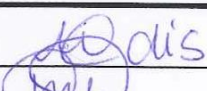
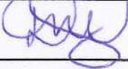
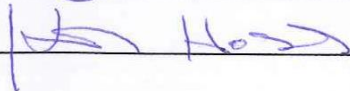
**DA *NETWORK* AO *STREAMING*: AS  
RECONFIGURAÇÕES DA NARRATIVA SERIADA EM  
*ARRESTED DEVELOPMENT***

Monografia apresentada à Universidade  
Federal Fluminense como requisito parcial para  
obtenção do grau de BACHAREL EM  
CINEMA E AUDIOVISUAL

**Orientação: Profa. Ms. Melina Meimaridis**

Niterói, 2018

**PARECER DE PROJETO EXPERIMENTAL**

Aluno:	LETÍCIA LUZIA DA SILVA FURTADO		
Curso:	CINEMA E AUDIOVISUAL	Matrícula:	312057308
Título			
DA NETWORK AO STREAMING: AS RECONFIGURAÇÕES DA NARRATIVA SERIADA EM ARRESTED DEVELOPMENT			
Banca Examinadora			
Prof. Orientador	PROF <sup>a</sup> . Ms. MELINA MEIMARIDIS		
Avaliador 1	PROF <sup>a</sup> . Ms. DANIELA MAZUR		
Avaliador 2	PROF <sup>a</sup> . DR <sup>a</sup> . KARLA HOLANDA		
Data de Apresentação	13 de julho de 2018		
Parecer			
A banca destaca a maturidade do texto e a riqueza bibliográfica, o esforço em sistematizar conceitos e categorizações. A metodologia e estrutura do trabalho são muito eficientes em seus propósitos. A banca recomenda a continuação da pesquisa em trabalhos futuros.			
Nota Final	10 (dez)		
Assinaturas da Banca			
Prof. Orientador			
Avaliador 1			
Avaliador 2			

À Maria Jacy.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço à Deus, aos irmãos e guias espirituais que me inspiraram na escrita deste trabalho. À minha avó Jacy, que seja em vida material ou espiritual está sempre ao meu lado me guiando e amparando. Minha mãe Jorgeana e meu pai Osvaldo, que mesmo sem condições financeiras de me sustentarem em um curso superior longe de casa, foram responsáveis por me manterem de pé diante de todos os obstáculos que me apareceram ao longo desta empreitada. E meus irmãos Tiago, Júlia e Juliana que torcem por mim e auxiliam meus pais a suportarem as dificuldades.

Gratidão aos amigos Mariana Ramos, Livia Cabreira, Hiran Matheus e Jessica Silva, que fiz ao longo desta jornada e me ajudaram dando forças seja com palavras de encorajamento, ou até mesmo ajuda material. Aos queridos Thais Faria, Nelson Teodoro, Livia Lacorte, João Victor Almeida, Victor Rodrigues, Willian Mattos, Tatiana Monteiro, Mariana Madeira, Mariana Moron, Felipe Ferreira, Pedro Nascimento, Julia Herkenhoff, Matheus Rosa, Victor Narciso, Tassia Accioly, Louise Smith, Ana Luisa Magioli, Sandro Lima, Caius Bell, Isabela Aquino, Nathália Brasil, Leonardo de Lucca, Ícaro Leal e todos os colegas e amigos que me permitiram trabalhar e aprender em seus projetos, compartilharam comigo momentos importantes para meu crescimento profissional, seja me confiando uma posição na direção de seus filmes, enquanto companheiros de trabalho e dividindo experiências e aprendizados, tornando minha vida no audiovisual menos árdua.

Sou eternamente grata à minha orientadora Melina Meimaridis, que acreditou na minha pesquisa, aceitou me orientar e teve paciência em todos os momentos da confecção deste trabalho e que certamente me encoraja a manter o interesse pela pesquisa em televisão.

Agradeço também aos professores que tive ao longo da graduação, especialmente Elianne Ivo, Maurício Bragança, Lia Bahia, Fabián Núñez, Tunico Amâncio, Klaus Bragança, Kleber Mendonça, Mayka Castellano e Afonso Albuquerque. Ainda que provavelmente não lembrem que fui sua aluna, foram muito importantes para minha formação. E às professoras Karla Holanda e Daniela Mazur por aceitarem compor a banca de avaliação deste trabalho.

E por fim, aos irmãos e amigos dos centros Servidores de Jesus em Niterói e Amigos Fiéis em Belém, que me auxiliaram na manutenção da minha saúde física e espiritual, permitindo com que eu continuasse minha caminhada evolutiva na Terra.

## RESUMO

O presente trabalho propõe uma análise do uso da narrativa seriada enquanto estratégia de mercado para conquistar e fidelizar o público na televisão. Pretendemos observar e problematizar as diferentes formas de construção da ficção seriada televisiva nos variados meios e modelos econômicos em que é veiculada. Também analisamos o comportamento da indústria da televisão americana em meio as reconfigurações que constantemente vivencia no âmbito mercadológico e tecnológico, e as reações diante do acirramento da competição e da resposta do público ao qual se dirige. Utilizamos a comédia de situação, *Arrested Development* (FOX, 2003-2006; Netflix, 2013-presente), por ser uma série que esteve presente em diversos momentos recentes de transição da televisão americana, a fim de observar como todas essas transformações de cunho mercadológico operam na estrutura narrativa de uma ficção serializada.

**Palavras-chave:** televisão, narrativa seriada, ficção seriada televisiva, *streaming*, Netflix, *Arrested Development*

## **ABSTRACT**

This thesis proposes an analysis of the use of television serial narratives as a market strategy to attract and gain viewer's loyalty audience. We intend to observe and problematize the different forms of serial television fiction in various media and their economic models. We also analyze the American television industry's behavior amidst the reconfigurations that it is constantly undergoing, both in the economic and technological spheres, and how it positions itself in face of the intensification of market competition and the response of its target audience. We examine and analyze the situation comedy *Arrested Development* (FOX, 2003-2006; Netflix, 2013-present) because it is a series which has been at the center of several transitions of American television, so we intend to observe more closely how all these transformations reflect in the narrative structure of a serialized fiction.

**Keywords:** television, serial narratives, TV series, Netflix, streaming, *Arrested Development*

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	9
I – NARRATIVAS SERIADAS .....	13
I.I – Narrativas seriadas nos meios de comunicação em massa .....	13
I.II – Serialização na TV .....	18
I.III – Modelos de serialização .....	21
II – INDÚSTRIA TELEVISIVA AMERICANA .....	27
II.I – <i>Network Era / Multi-channel transition / Post-network Era</i> .....	27
II.II – A TV-linear: <i>Networks</i> e cabo .....	32
II.III – <i>Streaming</i> : a TV não-linear .....	37
II.IV – O modelo <i>Netflix</i> .....	40
III – ESTUDO DE CASO: <i>ARRESTED DEVELOPMENT</i> .....	48
III.I – <i>Development Arrested</i> : A série da FOX .....	49
III.II – <i>Fateful Consequences</i> : A (semi) original Netflix .....	55
CONCLUSÃO .....	64
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	67



## INTRODUÇÃO

“Agora, a história de uma família cujo futuro foi abruptamente cancelado (...)”. Assim o narrador inicia cada episódio da 1ª versão da 4ª temporada da série *Arrested Development* (FOX, Netflix, 2003-presente), *sitcom*<sup>1</sup> que narra a história dos Bluth, uma rica família dona de uma empreiteira que perde sua fortuna quando o patriarca é preso acusado de alta traição ao governo dos Estados Unidos. A série foi cancelada ainda em sua 2ª temporada devido ao baixo retorno em audiência. Em 2006, após reivindicação dos fãs, ganhou sua 3ª e então última temporada. Eis que depois de 7 anos uma nova leva de episódios foi lançada através do serviço de *streaming* Netflix, que adicionou a série em seu catálogo como uma de suas produções originais. Após passar por reformulações em sua estrutura narrativa – incluindo uma reedição e relançamento –, proporcionadas pela liberdade da distribuição via internet, a série já se encontra em sua 5ª temporada.

*Arrested Development* sempre teve seu formato considerado inovador para uma *sitcom*, abrindo mão da tradicional estética multi-câmera e de demais convenções do formato, a série teve sua narrativa apontada como “complexa” por alguns autores (MITTEL, 2006; PELLEGRINI, 2014), por contar com piadas serializadas, *flashbacks* e *flashforwards*, dentre outros elementos que pouco se vê em comédias de situação. Esta estrutura considerada inovadora foi responsável por conquistar a crítica e vencer inúmeros prêmios, mas não foi suficiente para alcançar o grande público, o que se fazia primordial uma vez que estava inserida dentro do fluxo da TV aberta americana.

Ao ser resgatada por um serviço de *streaming*, observamos que muitas diferenças no modelo narrativo da série foram adotadas. Ao optar por uma estrutura para a 4ª temporada diferente das anteriores transmitidas pela FOX, Mitchell Hurwitz (criador e produtor da série) justifica que para cada mídia deve haver uma forma<sup>2</sup>, então escolheu um formato que, segundo ele, se adequava melhor ao modelo de *streaming*. Três anos após o lançamento da temporada da Netflix, Hurwitz confirmou ter feito uma reedição dos episódios já lançados, uma que se parecia mais com a “velha *Arrested Development*”,

---

<sup>1</sup> Abreviação de “*situation comedy*”, ou “comédia de situação” em tradução livre. Assim são denominadas em geral as séries cômicas da televisão americana, que retratam situações diversas que ocorrem em um grupo familiar, de amigos, ambiente de trabalho ou outros espaços comuns do cotidiano social.

<sup>2</sup> *Arrested Development creator on the future of the TV and bringing back the Bluths*. Wired, 2013. Disponível em: <<https://www.wired.com/2013/05/arrested-development-creator-mitch-hurwitz/>>. Acesso em: 20/09/17.

com 22 episódios, apropriada para a TV<sup>3</sup>. Esta versão foi lançada dia 04 de maio de 2018, reocupando o lugar da antiga 4ª temporada oficial. A primeira foi “escondida” na sessão de extras da série na Netflix.

Inserindo nosso objeto em um panorama mais amplo, entendemos que hoje vivemos em meio a “cultura das séries” (SILVA, 2014a), onde as experiências espectatoriais em relação às produções televisivas estão em constante mudança diante dos avanços tecnológicos inerentes à televisão. E os canais e serviços de transmissão sempre tentando se adequar a fim de conquistar público e não perder os espaços já adquiridos em meio a um cenário mercadológico que fica cada vez mais competitivo no contexto da *Peak TV*<sup>4</sup>. Percebemos então que adaptar o modelo de serialização das narrativas ficcionais da TV tem sido tanto uma tática de manutenção, resgate e conquista de público, como uma necessidade diante do acirramento na concorrência e das novas experiências de circulação e consumo de séries, a fim de fazerem se encaixar ao novo contexto.

Diante disto, objetivamos analisar a influência que as reconfigurações da economia política da televisão norte-americana exercem sobre a estrutura narrativa da ficção seriada televisiva. Partindo do estudo de caso de *Arrested Development*, originalmente pensada para ser veiculada em *broadcasting* – no modelo da TV aberta –, e que hoje é produzida por um veículo de *streaming* (Netflix). Entendendo que o desenvolvimento das narrativas seriadas está ligado aos constantes avanços tecnológicos e às necessidades mercadológicas (MEIMARIDIS, 2017a), pretendemos compreender as diferentes formas de serialização em meios distintos de circulação e contextualizar a narrativa seriada a partir do momento em que começa a ser apropriada pelos meios de comunicação de massa.

Para dar conta da discussão acerca da serialização no meio televisivo, pretendemos problematizar os 5 modelos propostos por Omar Calabrese em "A Idade NeoBarroca" (1987), passar pela proposta de Angela Ndaljian em “*Television and the neo-baroque*” (2005), onde a autora torna os modelos de Calabrese menos específicos, e chegar em Jason Mittell (2006; 2015) e seu conceito de narrativas complexas propondo que devido aos avanços tecnológicos, os espectadores consomem as narrativas seriadas

---

<sup>3</sup> *Arrested Development is ‘definitely’ returning, but first you must watch Lady Dynamite*. Esquire, 2016. Disponível em: <<http://www.esquire.com/entertainment/tv/news/a44997/arrested-development-mitch-hurwitz-lady-dynamite/>>. Acesso em: 20/09/17.

<sup>4</sup> Termo frequentemente utilizado para definir o momento atual da televisão americana que se encontra no seu “pico” de produções, com a programação diversificada, produzida por diversos meios – TV aberta, fechada e serviços de *streaming*. Ver em: *The business of too much TV*. Vulture, 2016. Disponível em: <<http://www.vulture.com/2016/05/peak-tv-business-c-v-r.html>>. Acesso em: 25/09/17.

com maior atenção, captando nuances que não seriam percebidas se consumidas de forma rápida e com desatenção. Assim as séries foram se complexificando para atender a essas novas demandas espectatoriais, inseridas dentro de um escopo maior que é a indústria televisiva americana.

Após esta etapa, analisaremos a indústria televisiva americana contemporânea a fim de encontrar onde essas estruturas narrativas se encaixam, onde se repetem ou se renovam na tentativa de se adequar à determinadas políticas de produção e lógicas de mercado. Para tanto precisamos primeiramente contextualizar as mudanças pelas quais passa o meio televisivo americano. Então expomos os diferentes momentos da televisão desde a *Network Era*, passando pela *Multi-channel transition* e chegando aos dias atuais na *Post-network era* (LOTZ, 2007). Posteriormente, pretendemos visualizar o desenvolvimento dessa indústria a partir dos principais modelos de televisão que hoje se fazem presentes em dois ambientes distintos: o da TV linear, constituído pelos canais abertos (ou *networks*) e fechados (ou *cable basic* e *cable premium*) – onde cada um possui suas particularidades, as quais também iremos destrinchar; e o da TV não-linear, formado pelos serviços de *streaming*, ou TV distribuída pela internet (LOTZ, 2017). Nos propusemos a investigar especificamente a Netflix e seus esforços para conquistar espaço entre o público de séries. A intenção aqui é observar e problematizar até onde as lógicas de produção e as necessidades mercadológicas de cada modelo televisivo influenciam direta e/ou indiretamente na narrativa de uma produção seriada através da análise comparativa entre a *Arrested Development* veiculada em uma *network* (FOX) e em um serviço de *streaming* (Netflix).

Diante do aumento no consumo de séries ocorrendo cada vez mais fora do fluxo televisivo, atentamos para as distintas formas de adequação às mudanças tecnológicas e a popularização de formas de espetatorialidade que diferem da tradicional grade pré-agendada dos canais. Notamos na estratégia dos serviços de *streaming* – especificamente a Netflix – de resgatar produções que já estiveram em *broadcasting*, a tentativa de conquistar o público tradicional de TV (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2017), porém com planos mercadológicos e lógicas de produção diferenciadas, o que reflete diretamente no produto final que chega ao assinante do serviço. Por isso, a escolha do objeto de estudo se dá devido a nossa experiência como espectadores de *Arrested Development*, na qual testemunhamos diferenças entre suas três primeiras temporadas, criadas para TV aberta, e a quarta criada para o *streaming*, além da decisão de retomar posteriormente à antiga estrutura após a resposta da audiência. Julgamos necessário

analisar essas modificações entre temporadas, correlacionando-as com a economia política do modelo na qual está inserida.

Nossa hipótese aqui é que as estruturas das narrativas seriadas não são unicamente fruto de escolhas criativas, mas estão diretamente ligadas às lógicas de mercado do meio nos quais são veiculadas. Identificamos que apesar dos esforços em manter os modelos de serialização originais das produções, muitos elementos podem mudar de acordo com os interesses mercadológicos do serviço e que essas tentativas de se adequar nem sempre são bem-sucedidas.

## **I – NARRATIVAS SERIADAS**

É difícil afirmar assertivamente quando surge a prática de contar histórias de maneira fragmentada. Apesar de diversos autores datarem o século XIX como o início da produção deste modelo, com o surgimento dos folhetins na França (HAYWARD, 1995; BARBERO, 2001), já se encontra narrativas serializadas desde o século VII, dentro da obra *As Mil e Uma Noites* (BARBOSA, 2013; MEIMARIDIS, 2017a), onde a personagem Sherazade, casada com o Sultão que pretende matá-la na manhã seguinte à noite de núpcias, a fim de evitar sua morte começa a contar histórias que terminam com suspense e ganchos que devem ser retomados na noite posterior, mantendo assim a atenção do Sultão – que deseja conhecer o desfecho da história – e sua vida prolongada por sucessivos dias e noites. Barbosa (2013) ainda aponta Giovanni Boccaccio, no século XIV e sua obra *Decameron*, composta por 100 novelas divididas em 10 jornadas sobre um único tema. Sem entrar na discussão sobre o surgimento do modelo, pretendemos aqui focar na serialidade utilizada como estratégia de mercado a partir de sua apropriação e popularização através dos meios de comunicação em massa, começando pelos já citados folhetins que é onde o uso de narrativas seriadas motivado por interesses mercadológicos começa a vigorar, passando pelos programas seriados em cinema, rádio e finalmente dissecando a serialidade televisiva que é o tema central deste trabalho.

### **I.I – Narrativas seriadas nos meios de comunicação em massa**

As narrativas seriadas começam a aparecer nos meios de comunicação em massa no século XIX na França. Até 1830 os jornais franceses tinham como função majoritária divulgar as posições políticas de seus editores (HAGERDORN, 1995, p. 30). Mas com a censura imposta por Napoleão I, tais opiniões já não podiam circular livremente e tomar conta de todas as páginas dos periódicos. Com isso, a propaganda e o entretenimento foram ganhando lugar (HAGERDORN, 1995; NADAF, 2009). Assim surge o folhetim, um espaço nos jornais destinado às variedades – geralmente o rodapé da primeira página – onde eram publicadas críticas e resenhas literárias e teatrais, receitas de culinária, anúncios e outros conteúdos considerados “neutros” (BARBERO, 2001, p.171). Os principais jornais responsáveis pela transformação na configuração das publicações foram o *La Presse* e *Le Siècle* que na disputa por público começaram a adotar variações na estrutura do folhetim. Emile Girardin, idealizador do *La Presse*, com intuito de baratear os custos de produção, começou a comercializar espaço publicitário e para

aumentar as vendas vai em busca de atingir um público que antes não interessava aos jornais, inserindo a literatura de maneira seriada dentro dos folhetins: “Girardin se aproximou do romancista mais famoso da época e *La Vieille Fille*, de Honoré de Balzac começou a ser publicada no *La Presse* em 23 de outubro de 1893”<sup>5</sup> (HAGERDORN, 1995, p. 30, tradução nossa).

No mesmo ano, o *Le Siècle*, pertencente ao antigo sócio e agora rival de Girardin, Armand Dutacq, também começa a publicar histórias de maneira fragmentada com *Lazarillo de Torres* – autor desconhecido (BARBERO, 2001; NADAF, 2009). No ano seguinte o *Journal des Débats* lança *As Memórias do Diabo* de Frédéric Soulié e Alexandre Dumas, já famoso na época, escreve para o *La Siècle* seu romance *Le Capitaine Paul*, responsável por alavancar as vendas e assinaturas do jornal e criar um marco na história do romance-folhetim, se tornando referência de estrutura narrativa no gênero (NADAF, 2009). Diante do sucesso da empreitada, os periódicos começam a adotar o modelo seriado e várias histórias já conhecidas na literatura passaram a ser transpostas para o folhetim de forma fracionada e distribuída sequencialmente nas publicações, para garantir que o público que em um dia compra um número, no seguinte se interesse e compre o outro, e assim sucessivamente.

Logo, a principal característica do romance-folhetim era fragmentar uma história, de modo que durasse por inúmeras publicações. Com o enredo segmentado em capítulos que terminavam sempre com algum gancho para o próximo, mantinha o interesse do leitor que ficava ávido por conhecer o desfecho. Apropriando-se de estratégias do melodrama teatral

a narrativa envolve amores tornados impossíveis, intrigas, conspirações, mistérios, segredos, crianças trocadas, filhos perdidos, juramentos, venenos, passagens secretas, fugas espetaculares, noites tempestuosas cortadas por relâmpagos e trovões. De fácil apelo sentimentalista, aos olhos do leitor desenha-se o sofrimento humano ao mesmo tempo em que o fascínio pelas situações dramáticas e apaixonantes levadas ao exagero. Explora-se ainda a atração pelo fantástico, pelo nebuloso, pelo exótico, marcantes influências do romance gótico. (SILVA, 2005, p.49)

No decorrer das tiragens as tramas eram reafirmadas para o público lembrar ou tomar conhecimento de algo que possa ter perdido em edições passadas e, ao mesmo tempo, para alcançar um novo leitor que queira acompanhar a história sem precisar ler os números anteriores, despertando assim o interesse em quem não estava habituado a

---

<sup>5</sup> Original: Girardin approached the most famous novelist of the period, and Honoré de Balzac’s *La vieille fille* began its run in *La presse* on October 23, 1836.

consumir as publicações. Dessa forma, os jornais, cujo acesso era restrito à elite devido ao seu conteúdo e alto custo, foram se popularizando entre diversas camadas sociais. Descobre-se na serialização uma estratégia de fidelizar o público e principalmente de gerar lucro, tornando-se não só modelo narrativo, mas também mercadológico de sucesso.

O sucesso dos folhetins perdurou até a Primeira Guerra Mundial. Com a chegada do rádio, novas experiências passam a ser proporcionadas no contexto da produção de ficção seriada. Sem deixar de existir no modelo impresso, o formato seriado é reformulado para captar audiência e gerar lucro agora um novo meio tecnológico que se populariza.

Mas ainda entre folhetins impressos e rádio, as histórias fragmentas apareceram em imagem pela primeira vez através do cinema com pequenos filmes seriados sendo apresentados nos *nickelodeons*<sup>6</sup> (BARBOSA, 2013, p. 26). Nos Estados Unidos alguns editores perceberam que o cinema poderia servir como uma ferramenta de divulgação de suas publicações e assim conquistarem novos leitores. Logo a ideia de fazer episódios em filme para ilustrar as ficções seriadas escritas surgiu como estratégia para atrair público (HAGERDORN, 1995, p. 33). Em 1912 foi produzida a primeira série para cinema, *What Happened to Mary?* que acompanhava a publicação da história na revista *Ladies World* (1995, p. 33). No ano seguinte foi lançada uma sequência desta, a série *Who Will Marry Mary?*, primeiro lançada semanalmente no periódico. Importante ressaltar que estes lançamentos também foram fruto de uma competição mercadológica entre editores de revistas e jornais, assim como havia sido na gênese da narrativa seriada dos folhetins, reiterando a função da serialidade como tática de conquista de audiência e geração de lucro.

O número de produções seriadas para o cinema aumentava com o passar dos anos. Inicialmente cumpriam a função apenas de material de apoio para as narrativas escritas dos periódicos, mas logo depois começaram a ser lançadas independentemente da existência prévia em jornais ou revistas (HAGERDORN, 1995). Ainda na década de 1910 as séries fílmicas conseguiram angariar um público próprio do cinema que já não precisava mais dos jornais para garantir seu espaço (1995, p. 33). Na década de 1930, as produtoras de cinema começam a focar em nichos para expandir seu público e criam séries para mulheres e posteriormente para crianças (HAGERDORN, 1995; BAREFOOT, 2011). Durante o período inicial do cinema sonoro, entre 1930 e 1940 os filmes seriados

---

<sup>6</sup> Salas que projetavam filmes curtos ao custo de 1 níquel, nos Estados Unidos no início do século XX. (MACHADO, 2011, p. 78-79)

começaram a competir com outras mídias, como rádio e quadrinhos, então alguns títulos foram adaptados desses para o cinema, obtendo algum êxito. Foi o caso de *Flash Gordon* (1936), que ganhou inclusive sessões fora das matinês infantis (BAREFOOT, 2011). Mas em geral, à esta época, os seriados fílmicos já eram considerados produto de segunda mão, sendo comercializados em fitas acompanhando um outro filme que era o produto principal (BAREFOOT, 2011). Na década de 1950 o formato deixa de ser produzido para os cinemas e ganha seu espaço na televisão, como iremos tratar ainda neste capítulo.

À época da chegada do rádio, as narrativas seriadas já haviam se firmado como importante instrumento de fidelização, porém com este novo meio de comunicação, o modelo de histórias fragmentadas ganha novo fôlego na grande massa, uma vez que esta forma de consumo dispensava a necessidade da alfabetização do público, se tornando de fácil acesso, mais do que foram os folhetins (SILVA, 2005, p. 49). O rádio evoluiu rapidamente para um modelo comercial, com sua programação sustentada pelos patrocinadores, como afirma Hagerdorn:

Entre a criação da NBC e 1932, a radiodifusão se tornou completamente dominada por interesses publicitários. Apesar do propósito declarado da rede ser ‘fornecer mecanismos que assegurem uma distribuição mais ampla de programas nacionais e da mais alta qualidade’, a programação foi criada com a ideia específica de atrair patrocinadores. Na verdade, os patrocinadores e/ou suas agências de publicidade mantiveram um envolvimento direto na produção e grade de programação até meados da década de 1950.<sup>7</sup> (1995, p. 34, tradução nossa)

No início da década de 1930 o rádio já havia se firmado como um recurso lucrativo para a indústria do entretenimento, porém precisava sempre buscar novos públicos para entregar aos patrocinadores da programação (HAGERDORN, 1995). Diversos formatos de programas foram experimentados, dentre eles um de estrutura serializada se destacou na tentativa de angariar audiência: *Amos 'n' Andy*, baseado na *comic strip*<sup>8</sup> *Andy Gump*, foi uma série criada em 1926 que ao final de seu primeiro ano no ar conseguiu cerca de 40 milhões de ouvintes por semana (HAGERDORN, 1995).

---

<sup>7</sup> Original: Between NBC's founding and 1932, broadcast radio became completely dominated by advertising interests. Despite the fact that the network's stated purpose was "to provide machinery which will insure a national distribution of national programs, and a wider distribution of programs of the highest quality," programming was created with the specific idea of attracting sponsors. In fact, sponsors and/or their advertising agencies maintained direct involvement in the production and scheduling of programming until the mid-1950s.

<sup>8</sup> Tira em quadrinho publicada periodicamente em jornais e revistas.



Diante do sucesso, logo as narrativas seriadas tomaram conta da grade de programação das emissoras de rádio.

Um gênero ganha destaque nesse período, as radionovelas, ou *soap operas*. Em 1930 a primeira foi ao ar, *Painted Dreams*, criada pela atriz e escritora Irna Philips, era transmitida diariamente em capítulos de quinze minutos e durou menos de um ano, porém sua estrutura de publicidade atrelada à narrativa seriada que a sustentou e vigorou posteriormente em outros programas. Carregavam *soap* no nome em razão de seus patrocinadores serem marcas de produtos de beleza e higiene e serem desenvolvidas com a intenção de anunciar esses artigos (HAGERDORN, 1995). Geralmente eram veiculadas no horário da tarde para atingir o público doméstico predominantemente feminino, uma vez que eram as principais consumidoras dos produtos na época. De acordo com Hagerdorn, por no mínimo dois anos a grade diurna era preenchida por este tipo de programa,

em parte graças aos esforços de Frank e Anne Hummert, da agência de publicidade Blackett–Sample–Hummert, que desenvolveram séries como *The Romance of Helen Trent* e *Ma Perkins* para clientes que incluíam Colgate, *Lever Brothers* e *Procter & Gamble*.<sup>9</sup> (1995, p. 35-36, tradução nossa)

As radionovelas estão para o rádio assim como os romances-folhetins para os jornais no século XIX. Nos periódicos, a serialização é a principal estratégia de manutenção e conquista de novos leitores, difundindo os anúncios dos patrocinadores a este público, e o mesmo ocorre no rádio. Com a estrutura narrativa bastante semelhante, as *soap operas* apelavam para a curiosidade do ouvinte em querer conhecer o desfecho das histórias, que sempre terminavam com ganchos para o próximo capítulo. A novidade da tecnologia radiofônica agora permitia um acesso mais amplo às histórias, porém mantendo o modelo mercadológico sustentado na publicidade que patrocinavam e encomendavam novelas. Esta estrutura será apropriada futuramente pela televisão e se manterá até hoje como principal mantenedor da grade de programação das *networks*<sup>10</sup> e canais de *basic cable*<sup>11</sup> como veremos no capítulo seguinte.

---

<sup>9</sup> Original: thanks in part to the efforts of Frank and Anne Hummert, of the Blackett– Sample–Hummert advertising agency, who developed early serials such as *The Romance of Helen Trent* and *Ma Perkins* for clients that included Colgate, *Lever Brothers*, and *Procter & Gamble*.

<sup>10</sup> Canais abertos da televisão americana.

<sup>11</sup> Canais que são comercializados no pacote básico da assinatura de TV fechada americana.

Na década de 1930 o rádio começa a dividir espaço com a TV, porém ainda mantendo sua hegemonia como meio de comunicação massivo mais popular, principalmente devido a eclosão da 2ª Guerra Mundial, que abateria significativamente as experiências televisivas das emissoras que estavam no ar à época, e também às limitações tecnológicas do meio que tornavam a televisão desinteressante como aponta Busetto:

Com o início da Segunda Guerra, as experiências e os serviços ocupados com a TV sofreriam um significativo arrefecimento na Europa e nos Estados Unidos. A BBC cessaria o seu serviço de emissão já em 1º de setembro de 1939. Na Alemanha, o mesmo ocorreria no final de 1940. Nos Estados Unidos, as emissões televisivas continuariam, porém, irregulares e muito restritas territorialmente. Elementos que associados à indefinição dos fabricantes em adotar um padrão na produção de aparelhos receptores tornavam a TV desinteressante para grande parcela da população, com isso existiam, em 1941, apenas 5 mil televisores funcionando em domicílios norte-americanos. (1995, p. 193)

Após a 2ª Guerra a televisão começa a se estabelecer com mais força nos Estados Unidos, que saiu menos debilitado da guerra. Começaram a vigorar dois sistemas distintos de produção e distribuição televisiva: o europeu, centrado na ideia de serviço público que deveria atender os interesses da população, com a promessa de “educar, informar e entreter”; e o sistema norte-americano, pautado por questões comerciais cuja intenção era “entreter, informar e educar” (BUSETTO, 1995; TORRES, 2014). Assim fica nítida a diferença nas prioridades de cada um, onde no primeiro há um caráter educativo em oposição ao segundo, que prioriza o entretenimento. Dentre os meios massivos de comunicação e as apropriações industriais e mercadológicas que fazem da serialidade narrativa, o que de fato nos interessa a investigar é a televisão, em específico a TV dos Estados Unidos, onde verificamos que o modelo de serialização atrelado à indústria obteve mais força e guia boa parte do padrão mercadológico mundial.

## **I.II – Serialização na TV**

Na televisão, assim como no rádio, as narrativas seriadas dividem atenção do telespectador com outras atividades domésticas, logo sua programação começou a ser pensada para um consumo mais dispersivo. Segundo Machado, a TV deve repetir “ideias e sensações a cada novo plano” (2001, p. 87) para que o telespectador possa acompanhar os programas sem deixar de executar outras tarefas. Esta prática influenciou diretamente as séries televisionadas, junto com o modelo de mercado que acompanha a serialidade

desde o rádio e se apresenta através dos intervalos comerciais inseridos na programação, que interrompem as histórias dentro de um mesmo capítulo ou episódio, criando pausas no desenvolvimento da narrativa para entrada do anúncio dos patrocinadores, o que faz com que sejam criados pequenos ganchos não só de um episódio a outro, mas também dentro de um mesmo capítulo, para fazer com que o telespectador mantenha-se interessado e, ao esperar pela volta do próximo bloco, assista às propagandas dos anunciantes daquele programa.

De acordo com Hagerdorn, a respeito de sua programação, a televisão começou “canibalizando o rádio”<sup>12</sup> (1995, p. 37, tradução nossa) produzindo quase todos os tipos de programas experimentados pela radiodifusão como shows musicais, *talk-shows*, jornalismo, etc. Como resultado, o rádio começou a perder espaço para a televisão conforme destaca Hilmes: “o advento da transmissão regular da televisão causou a queda precipitada da audiência do rádio na indústria”<sup>13</sup> (1990, p. 66, tradução nossa). Em relação aos programas seriados, inicialmente a TV tinha preferência por desenvolver séries voltadas para o público infanto-juvenil, porém foram as *soap operas* que sobreviveram à transição do rádio para a televisão, se mantendo até hoje.

A primeira *soap opera* televisionada foi ao ar em 1947 no extinto canal *DuMont*. *A Woman to Remember* era uma novela de curta duração que deixou de ir ao ar sem nunca ter conseguido um patrocinador (HAGERDORN, 1995). A marca *Procter & Gamble*, uma das grandes patrocinadoras de radionovelas, começou a investir na televisão criando a versão da *soap opera* *Ma Perkins*, porém esta não obteve na TV o mesmo sucesso da rádio. Ainda assim, no início dos anos 1950, várias versões de radionovelas foram criadas para a TV enquanto ainda eram transmitidas na rádio. Com o passar dos anos, as novelas televisivas foram sofrendo reconfigurações de acordo com a mudança do perfil do público. Entre 1960 e 1970 o número de telespectadores no horário diurno decaíram à medida que mais mulheres – público majoritário do gênero até então – começavam a trabalhar fora de casa, assim novos elementos foram sendo adicionados às narrativas para conquistar nova audiência, especialmente pessoas mais jovens. Hagerdorn afirma que temas controversos eram introduzidos para despertar curiosidade e os mais explorados eram os de cunho sexual (1995, p. 38).

---

<sup>12</sup> Original: cannibalizing radio.

<sup>13</sup> Original: the advent of regular television broadcasting caused radio ratings to fall precipitously throughout the industry.

Em 1977 um novo gênero começou a ser experimentado na televisão americana, as minisséries. Com poucos episódios (entre quatro e seis, no máximo), este modelo era uma adaptação seriada de alguns romances literários de sucesso e contava com produções de alto custo para os padrões de ficção serializada da época. Os canais promoviam as minisséries como um evento especial, uma programação extra, para angariar os leitores dos *best-sellers* adaptados – que em geral não eram os habituais consumidores de TV – e assim entregar aos patrocinadores dos canais um público diverso, além de aproveitar a ocasião para se auto promoverem, anunciando seus programas da grade habitual (HAGERDORN, 1995). O formato começou a perder força quando o público passou a encontrar os mesmos atrativos das minisséries nos formatos seriados noturnos. As mesmas produções caras, com grandes estrelas, temas adultos, tramas complexas que antes eram vistas em produções de seis episódios agora podiam ser assistidas no horário nobre da televisão americana, como parte da grade regular dos canais e não mais um “evento especial” (HAGERDORN, 1995). Começando com *Dallas* (CBS, 1978-1991) e adentrando os anos 1980 com séries de sucesso como *Hill Street Blues* (NBC, 1981-1987) e *St. Elsewhere* (NBC, 1986-1988), o formato seriado começou a se fixar na grade televisiva e se adaptar às diversas demandas mercadológicas e de público, tomando a forma narrativa que vivenciamos hoje e cujos modelos pretendemos analisar ainda neste trabalho.

É possível perceber como o avanço da tecnologia permitiu a proliferação e aperfeiçoamento da serialidade. E quando a indústria deseja expandir mercados e atingir novos setores da sociedade sempre apela para as narrativas seriadas (HAGERDORN, 1995) e a cada novo meio de comunicação pelo qual passa, o formato vai sendo apropriado por novas abordagens mercadológicas que a tecnologia permite. Hoje, além de onipresente nas grades dos canais de televisão, sejam nas *networks*, *basic* ou *premium cable*<sup>14</sup>, as séries também podem ser consumidas fora do fluxo televisivo, seja dentro de um catálogo de serviço de *streaming*, ou via DVDs, *blu-ray* ou ainda através de downloads ilegais. E diante dessas novas dinâmicas de distribuição e consumo, as séries foram se reconfigurando e até ganhando valor artístico – algo que geralmente é associado apenas às produções do cinema –, como aponta Silva:

---

<sup>14</sup> Canais que são oferecidos de forma “extra” ao pacote do serviço de TV fechada. O consumidor tem que pagar um valor exclusivamente para este tipo de canal.

A questão do desenvolvimento das formas narrativas contemporâneas está diretamente relacionada à emergência da televisão como espaço possível de qualidade artística – e qualidade aqui entendida mais como discurso valorativo que característica ontológica –, e isso não pela superação do cinema como meio audiovisual artisticamente legitimado, mas pelo investimento na singularidade estilística das séries no panorama audiovisual de hoje. (2014a, p. 245)

Ndalianis (2005) argumenta que a economia dá novas formas à estética seriada. As transformações e a “complexificação” que presenciamos na estrutura das séries são fruto de uma forte competição mercadológica que só cresceu com o surgimento da televisão. Diante desse cenário mais competitivo, presenciamos o desdobramento de particularidades na narrativa seriada próprias da TV. No próximo tópico iremos apresentar e problematizar alguns dos modelos de ficção seriada que são desenvolvidos na televisão dos Estados Unidos.

### **I.III – Modelos de serialização**

Tradicionalmente as ficções serializadas da televisão americana foram divididas em duas categorias: séries e seriados (PORTER, *et al*, 2002). A primeira é referente às histórias que contêm os mesmos personagens, a mesma ambientação e temática, porém com arcos independentes onde os eventos acontecem e se resolvem em um mesmo episódio, sem se desdobrar para o próximo. Nesse modelo o telespectador pode escolher a ordem que preferir para assistir os capítulos sem que haja interferência no entendimento da narrativa. Já nos seriados, há uma história que é conduzida por todos os episódios do programa ou temporada, os acontecimentos começam em um capítulo e vão sendo resolvidos nos demais e podem ou não acarretar em novos eventos que também continuarão a ser explorados. Neste formato o público deve assistir de forma cronológica para conseguir compreender o desenvolvimento da trama que não se encerra em um único episódio. Entretanto os dois modelos já não são capazes de abarcar todos os formatos de serialização que a televisão americana produz, veremos neste tópico as alternativas que foram criadas e aprimoradas ao longo do desenvolvimento da TV e que vigoram atualmente.

Omar Calabrese em sua obra *A Idade Neo Barroca* (1987) propôs cinco protótipos de serialidade baseados na estética da repetição<sup>15</sup>: no primeiro o autor utiliza a

---

<sup>15</sup> Segundo Calabrese, as ficções contemporâneas tendem a utilizar uma lógica de repetição em sua estrutura a fim de reduzir custos. Assim, as produções costumam reproduzir modelos já utilizados e que já obtiveram boa resposta por parte do público para obter mais chances de sucesso (1987).

série *The Adventure of Rin-Tin-Tin* (ABC, 1954-1959) como exemplo, onde os episódios são independentes um do outro e a narrativa inicia e encerra sempre no mesmo capítulo. Neste modelo tempo e espaço são sempre os mesmos podendo se repetir infinitamente dentro da série (1987, p. 53) sem que comprometa a compreensão do telespectador que porventura venha a perder um dos episódios; o segundo protótipo, exemplificado pelo autor nas séries *Zorro* (ABC, 1957-1959) e a britânica *Ivanhoe* (ITV, 1958-1959), também apresenta estrutura com episódios independentes, porém, diferente do exemplo anterior, devem seguir uma linha narrativa única por se tratarem de adaptações de obras pré-existentes. A história é ambientada sempre em um mesmo universo diegético, deve obedecer um tempo e espaço pré-definidos e apresentar um objetivo final para os personagens, também já estabelecido previamente; a partir da série *Bonanza* (NBC, 1959-1973), Calabrese desenvolve o terceiro tipo de serialidade que começa a mesclar os formatos episódico e seriado. Aqui ainda temos histórias que começam e terminam em um mesmo episódio, mas assim como no modelo anterior, há uma temporalidade e espacialidade a serem obedecidos. Agora é possível acompanhar o desenvolvimento dos personagens no decorrer dos episódios e ainda uma história geral que segue por toda a série, mantendo-se o “vínculo de continuidade” (1987, p. 55) para o espectador assíduo e também a unidade narrativa de um único episódio para o espectador ocasional; no quarto modelo, exemplificado pela série *Columbo* (NBC, 1968-2003), a trama gira em torno de um personagem principal com características invariáveis que se repetem em todos os episódios girando em torno de um mesmo tema, entretanto todos os demais elementos e personagens secundários da série variam; e por fim, o quinto exemplo é da série *Dallas*, que de acordo com Calabrese, seria uma mescla dos terceiro e quarto modelos. Neste a estrutura narrativa se torna mais complexa, com a apresentação de mais de uma trama, porém ainda com a mesma temática, personagens e desenvolvimentos de arcos – que podem durar toda a série ou apenas alguns episódios –, ao mesmo tempo que vários elementos variam durante a evolução da história.

Em um trabalho mais recente, Angela Ndalians (2005) utiliza os protótipos propostos por Calabrese de forma mais flexível, diferente do autor que entende os modelos de forma evolutiva, onde um substitui o outro. Ndalians argumenta que é possível encontrar todos os exemplos de serialidade coexistindo atualmente na TV americana e que uma única série pode apresentar mais de um modelo em sua estrutura. Apesar de encontrarmos limitações também na análise da autora, uma vez que esta se limita aos protótipos de Calabrese, entendemos que ainda é uma forma útil de estudar as

séries contemporâneas e nos auxilia a entender o contexto atual onde vivenciamos o que Mittel vem a chamar de “narrativas complexas” (2006).

O primeiro protótipo é o de formato episódico, onde a narrativa se sustenta em um único episódio. A história não se ramifica em demais capítulos nem retorna a acontecimentos anteriores, a serialidade está presente somente na repetição de personagens, de temática e estrutura narrativa. Enquanto Calabrese limita este modelo ao período inicial das ficções seriadas na TV, Ndalianis afirma que é possível encontrar séries que seguem a estrutura deste protótipo na televisão americana contemporânea. A autora utiliza como exemplo as séries das franquias *Law & Order* (NBC, 1990-2010) e *CSI* (CBS, 2000-2015) atentando para o fato de que, apesar do formato episódico predominar, essas séries funcionam de maneira aberta em sua construção narrativa, mesclando ocasionalmente ao longo de seus episódios alguns dos protótipos seriados que veremos mais à frente.

No segundo modelo temos histórias que começam e terminam em um único episódio, porém a série ou temporada inteira está contida dentro de uma narrativa maior que a encaminha para uma resolução final. “A forma torna-se um pouco mais aberta de maneira que, enquanto cada episódio é autônomo, eles também fazem parte de uma jornada de série inteira”<sup>16</sup> (NADALIANIS, 2005, tradução nossa). Para exemplificar, a autora utiliza a série *Gilligan’s Island* (CBS, 1964-1967), cuja história central consiste em conseguir resgatar a tripulação e os passageiros do navio *S. S. Minnow*, que ficaram presos em uma ilha após serem atingidos por uma tempestade. Apesar de sugerir “uma forma aberta que dá a cada episódio uma sensação de fluxo serial – que leve ao objetivo final” (NDALIANIS, 2005), cada episódio apresenta histórias autônomas que mostram ao telespectador as aventuras de Gilligan e seus companheiros perdidos na ilha. Em suma, este segundo protótipo apresenta a forma episódica ainda que sua narrativa seja direcionada para um final. Outro exemplo utilizado pela autora é a série *Jeanie é um gênio* (NBC, 1965-1970) onde vemos a protagonista, Jeanie, que após ser encontrada pelo Major Nelson, tem como objetivo casar-se com ele. Apesar desta finalidade principal, vemos a série desenvolver episódios que não estão necessariamente interligados narrativamente, porém quanto mais Jeanie se aproxima da sua meta, a série começa a apresentar arcos que se estendem por mais episódios, até que ao seu final a série já apresenta mais características do 3º protótipo (NDALIANIS, 2005). A autora afirma que

---

<sup>16</sup> Original: The form becomes slightly more open in that, while each episode is autonomous, it constitutes one episode in an entire series journey.

atualmente encontramos mais exemplos deste modelo em programas de competição e *reality shows* como *Survivor* (CBS, 2000-presente), *The Bachelor* (ABC, 2002-presente) e *Big Brother* (2000-presente) onde os participantes tem distintas tarefas e problemas no decorrer dos programas, mas sempre em direção à meta de chegar à final e atingir o objetivo de vencer.

O terceiro modelo, como explica Calabrese, é marcado pela relação entre o tempo do episódio, fechado, com uma história que inicia e encerra no capítulo; tempo da série, que é aberto, diferente do protótipo dois onde temos um objetivo final a ser alcançado, aqui a narrativa tende a seguir infinitamente, sem um propósito definido; e o tempo narrado, também aberto, permite que os personagens tenham histórias próprias e evoluam, o que acarreta numa dependência entre episódios, que pode prejudicar o entendimento de um capítulo assistido fora de ordem, mas não impede que se compreenda toda a série. Como dito anteriormente, o protótipo é exemplificado pela série *Bonanza*, e *Jeanie é um Gênio* começa a apresentar este modelo em suas temporadas finais. Para séries mais contemporâneas, Ndalianis aponta que esta estrutura está presente principalmente em séries policiais como *NYPD Blue* (ABC, 1993-2005) e *Homicide: Life on the Streets* (NBC, 1993-1999), ou séries de investigação como *Crossing Jordan* (NBC, 2001-2007) e *Picket Fences* (CBS, 1992-1996). O protótipo pode ser visto ainda em outros gêneros como em *Star Trek: Next Generation* (1987-1994) ou ainda em *The Simpsons* (FOX, 1989-presente) que mantem sua estrutura construída de acordo com o primeiro protótipo, porém ocasionalmente desenvolve alguns arcos e histórias para determinados personagens, mas sem que isso cause grande perda no entendimento da série.

No quarto protótipo, assim como no anterior, a série também tende a continuar infinitamente, pois é construída sobre um tema e um personagem central e varia nas histórias que percorrem os episódios. Ndalianis identifica este modelo presente novamente em séries das franquias *Law & Order* e *CSI*, mais precisamente *Law & Order: Criminal Intent* (NBC, 2001-2007, USA, 2007-2011) e *CSI: Miami* (CBS, 2002-2012). O tema destas séries sempre gira em torno do mundo do crime e de detetives tentando solucioná-los, porém a forma como a narrativa é construída modifica-se a cada episódio e às vezes terminam sem revelar os criminosos. No caso de *Law & Order: Criminal Intent*, a intenção é fisgar a atenção do espectador variando a cada episódio o desenvolvimento das histórias dentro da mesma temática, gerando curiosidade em torno das diferentes maneiras que o protagonista tentará para solucionar o crime. Já em *CSI* o que se diferencia



entre os episódios são os efeitos especiais. Mostrar como ocorrem os crimes, de maneira que o espectador jamais veria na vida real à olho nu, é o diferencial que desperta e prende a atenção do público ao longo da série. Em suma, séries que obedecem a este modelo matem um padrão temático e operam mudanças em torno deste tema criando um efeito de sobreposição, onde cada episódio repete o tema do anterior, mas executa de maneira diferente (NDALIANIS, 2005).

E finalmente, no quinto modelo temos o formato mais presente nas ficções seriadas televisivas. Este protótipo “é caracterizado por estruturas narrativas dinâmicas com múltiplos núcleos”<sup>17</sup> (NDALIANIS, 2005, tradução nossa), através de várias histórias que se entrelaçam. Segundo a autora, a estrutura dessas séries abarca aspectos de todos os protótipos, mas é predominantemente seriada, levando o espectador a acompanhar a evolução das histórias e mudanças na vida dos diversos personagens, dando efeito de progressão à narrativa (NDALIANIS, 2005), por isso este modelo deve ter seus episódios assistidos em ordem. O tempo da série é aberto e em muitos casos tende a seguir infinitamente, pois no geral não apresentam um objetivo claro definido. Calabrese estabelece *Dallas* como precursora do quinto modelo e Ndalianis defende que esta foi seguida por *Hill Street Blues*, *Miami Vice* (NBC, USA, 1984-1989), *The X-Files* (FOX, 1993-2002), *The Sopranos* (HBO, 1999-2006), entre outras que perpetuam o protótipo.

Observamos na análise de Ndalianis uma flexibilidade maior nas categorias de serialização que nos serve para estudar as séries contemporâneas. Porém, apesar de considerar a existência de uma complexidade nas narrativas seriadas atuais, a autora ainda se limita aos cinco protótipos de Calabrese quando abarca toda a reformulação e inovação estética ocorridas nas séries nas duas últimas décadas como desdobramentos do quinto modelo. Assim, Ndalianis não explora as mais recentes possibilidades que a TV apresenta para as séries, algo que Jason Mittel tenta realizar ao categorizar as narrativas complexas (2006).

Em seu artigo *Narrative Complexity in American Television* (2006), Mittel defende que atualmente as “narrativas complexas” já estão totalmente assimiladas pela televisão e pelo espectador, considerando que desde 1990 estamos vivenciando a era da complexidade narrativa (2006, p. 29). O que não significa que as estruturas convencionais tenham sido extintas, ao contrário, apesar de já estabelecidas, as narrativas complexas estão presentes na televisão ainda em menor número se comparadas às tradicionais. De

---

<sup>17</sup> Original: It is characterized by dynamic narrative structures with multiple centres.

acordo com o autor, a “era da complexidade narrativa” se caracteriza pela experimentação, onde as regras estabelecidas na produção de ficção seriada para TV começam a ser transgredidas em prol de uma construção estética que se diferencie em meio a programação tradicional (2006, p.29). A complexidade narrativa se distingue por apresentar características tanto do modelo episódico como do seriado, mas sem necessariamente fundir os dois e sim apresentar um “equilíbrio mutável” entre ambos (2006, p. 32). Favorece histórias contínuas, geralmente não fecha a trama em um único episódio, mas frequentemente oscila entre arcos longos e duradouros e curtos que duram um ou poucos episódios (2006, p.33). Mittel argumenta que essas modificações nos modelos de serialização são incentivadas pelo contexto histórico e a reconfiguração pela qual a indústria da televisão americana vem passando nos últimos vinte anos. O avanço tecnológico, o aumento no número de canais acirrando a concorrência e fazendo a televisão ir atrás do público que tradicionalmente não consome seus produtos, a tentativa cada vez mais crescente do meio televisivo se firmar como produtor de conteúdo de qualidade, seriam todos fatores que propulsionaram o surgimento das séries complexas (2006, p. 31) e conferiram à determinadas produções televisivas um status de qualidade, antes atribuído apenas ao cinema.

Não cabe a este trabalho julgar as séries contemporâneas e distingui-las entre complexas e tradicionais, tampouco fazer juízo acerca da qualidade ou valor artístico das obras. Pretendemos analisar aqui as reconfigurações estéticas das narrativas seriadas e como elas ocorrem em meio a economia política da televisão americana. Como já argumentado anteriormente, entendemos que os avanços tecnológicos e as transformações na indústria do entretenimento influenciam diretamente nas escolhas estéticas utilizadas na TV, logo precisamos entender como o funcionamento dessa indústria opera e os usos que faz dos modelos seriados aqui apresentados, justificando as escolhas e mudanças a partir de um viés econômico e mercadológico.

## II - INDÚSTRIA TELEVISIVA AMERICANA

Como afirmado no capítulo anterior, a televisão inicia sua história tentando reproduzir modelos de programação do rádio (HAGERDORN, 1995; LOTZ, 2007). Através de um viés industrial e mercadológico, Amanda Lotz (2007) divide a história da TV americana em três eras: *Network Era* (1952 à meados de 1980) onde predominava o monopólio de apenas três canais no mercado televisivo, com uma programação genérica e pouco diversificada que pretendia atingir um público heterogêneo e massivo; *Multichannel Transition* (1980 ao início dos anos 2000), marcada pela chegada de novas tecnologias (videocassete, controle remoto), novos canais abertos e surgimento da TV à cabo proporcionando novas experiências ao espectador; e *Post Network Era* (início dos anos 2000-presente), período marcado pela fragmentação da audiência (iniciado na *multichannel transition*), expansão das possibilidades de controle e escolha da programação por parte do espectador, diversificação dos formatos de distribuição e recepção da programação televisiva, bem como novas possibilidades de produção (2007, p.7). É necessário frisar que a televisão já existia antes da supracitada periodização, porém com uma programação muito experimental e ainda distante das normas mercadológicas que vigorariam posteriormente com o desenvolvimento da indústria televisiva (2007, p.9). Também é importante ressaltar que concordamos com Matt Hills (2007) quando afirma que a televisão é um objeto de estudo instável e as delimitações temporais não significam uma substituição de um modelo por outro – o fim da *Network Era* para o da *Multichannel transition* –, mas sim que esses modelos coexistem e concorrem entre si (2007, p.43). Pretendemos trabalhar com o modelo de periodização proposto por Lotz a fim de expor e facilitar a visualização dos diferentes comportamentos da indústria televisiva diante das transformações que a ela se impõem.

### II.I – *Network Era / Multi-channel transition / Post-network era*

A *network era* predominou no período de 1952 à meados dos anos 1980 e suas normas mercadológicas são as que persistem ainda hoje, para o senso comum, como a definição geral de televisão, mesmo após o meio passar pelas significativas mudanças que veremos ao longo deste capítulo. A tecnologia necessária para usufruir dos programas neste período se limitava ao aparelho televisor e o consumo era predominantemente doméstico. A programação era determinada por três grandes canais de televisão: *National Broadcasting Company* (NBC), *Columbia Broadcasting Company* (CBS), e *American*

*Broadcasting Company* (ABC) e o período é marcado pela lógica do *broadcasting* (LOTZ, 2007, p. 11) onde as redes de televisão tratavam o público de forma homogênea, criando programas pouco diversos uns dos outros, apenas com a intenção de atingir o máximo de espectadores – potenciais consumidores das propagandas veiculadas nas grades de programação –, assim imperavam os princípios da uniformidade e da universalidade (MEIMARIDIS, 2017b, p. 5). Nos primeiros anos da *network era*, o modelo comercial se assemelhava ao do rádio, com um único patrocinador para cada programa. Mas ainda em meados dos anos 1950, a televisão consegue estabelecer certa autonomia ao desvincular os programas de apenas uma marca e passar a comercializar blocos de propaganda<sup>18</sup> (LOTZ, 2007, p. 10), onde os anunciantes podiam expor seus produtos em troca de patrocínio para a grade dos canais. Surgia assim o modelo de programação e financiamento conhecido e padronizado como a ideia tradicional de TV e que se torna a principal forma de sustentação econômica das *networks* em funcionamento até os dias de hoje. Este modelo comercial foi importante para sustentar os canais, uma vez que os grandes conglomerados de mídia ainda não estavam estabelecidos, assim a programação era produzida pelos estúdios e comprada pelas emissoras que as distribuía de maneira homogênea por todo o país através de suas afiliadas locais.

Importante ressaltar que em um primeiro momento, os espaços para anúncio na TV eram vendidos antes do programa ir ao ar, o que interferia na produção que ficou marcada por uma forte presença de programas genéricos com apelo massivo, uma vez que o objetivo era atingir o máximo de pessoas para entregar aos anunciantes um público grande e diverso. Dessa forma o espectador tinha poucas opções e era dependente das grades de horário previamente estabelecidas pelos canais, onde para assistir ao programa de sua preferência era obrigado a aguardar o horário dedicado a este na grade de programação, prática denominada *appointment-viewing*. Ao mesmo tempo, as emissoras pouco sabiam sobre a preferência do público, pois a tecnologia para medir audiência ainda era bastante limitada e fazia com que o público fosse visto desta maneira homogênea (LOTZ, 2007, p. 10), com isso Lotz argumenta que na *network era* os canais pouco se preocupavam em criar uma marca distinta que os fizessem sobressair dentre os demais (2007, p. 11). Com a viabilização de novas tecnologias no meio televisivo, outros interesses de mercado começaram a surgir e muitas dessas práticas que pareciam naturais e imutáveis passaram a ser questionadas. Os empresários e produtores visualizaram novas

---

<sup>18</sup> Pequenas pausas de trinta segundos dentro de um programa para que os patrocinadores veiculem seus anúncios.

possibilidades de produção e distribuição e a experiência televisiva começou a se transformar iniciando um novo período para a indústria, apesar da lógica da *network era* continuar vigorando predominantemente (2007, p. 12).

A partir dos anos 1980 e adentrando o início dos anos 2000 a televisão americana vivenciou a chegada de tecnologias que propiciaram novas dinâmicas espectatoriais e refletiram substancialmente em seu cenário econômico. O período, denominado por Lotz como *multi-channel transition*, é marcado pela entrada no mercado de duas novas *networks*, a *Fox Broadcasting Company (FOX)* em 1986 e a *The WB Television Network (The WB)* em 1995. Os conglomerados multimídia começavam a se formar e os três canais pioneiros da *network era* (ABC, NBC e CBS) foram adquiridos, no mesmo ano, por outras empresas (MEIMARIDIS, 2017b). Além disso, o surgimento do videocassete – e posteriormente do DVD –, do controle remoto e o sistema de TV à cabo oferecendo novos canais – com um modelo comercial onde já não eram tão reféns dos patrocinadores –, passaram a proporcionar ao espectador um maior domínio sobre o quê e em que momento consumir a programação que lhe era disponibilizada (LOTZ, 2007, p. 12). Com isso, os canais começam a repensar sua grade a fim de atender às novas demandas de um público que ficava mais exigente em relação ao que consumia. Michael Curtin afirma que os anunciantes também tiveram papel importante nessa reconfiguração do mercado ao “(...) minar o monopólio das *networks* buscando maior eficiência na entrega de mensagens publicitárias ao público alvo”<sup>19</sup> (2009, p. 11).

Com a chegada do controle remoto (RCD), a prática do *channel surfing*<sup>20</sup> passou a se tornar comum entre os indivíduos com acesso à esta tecnologia, com isso os canais passaram a repensar a estrutura de seus programas a fim de manter o interesse do espectador para que este não troque de canal no momento da pausa para os comerciais (MEIMARIDIS, 2017a). Sodano cita Sarah Kozloff para argumentar que as pausas comerciais passaram a ser pensadas na construção narrativa de determinadas programações – em especial às ficções –, com a inserção de clímax no final de um bloco antes da entrada das propagandas a fim de manter a atenção do espectador para o bloco seguinte (2012, p. 29) e evitar que este troque de canal. Outra tecnologia revolucionária para a indústria nesse período foi o videocassete (VCR), com o qual o público podia

---

<sup>19</sup> Original: (...) undermine the network monopoly and to pursue greater efficiencies in the delivery of advertising messages to targeted audiences.

<sup>20</sup> “*Channel surfing*” ou “*zapping*” consiste no ato de trocar entre vários canais procurando por programação. Prática facilitada pelo uso do controle remoto – o indivíduo não precisa se aproximar da televisão para realizar a troca – e intensificada pelo aumento do número de canais oferecendo programação diversificada.

gravar seus programas favoritos para assistir em outro horário, deixando de ficar refém das grades pré-estabelecidas pelas *networks* (2012, p. 30) e podendo ainda criar uma biblioteca pessoal (LOTZ, 2007, p. 13). O ato, denominado “*timeshifting*”, tomou maiores proporções com o advento do DVD, que por se tratar de uma mídia mais leve, de fácil fabricação e manuseio, popularizou-se mais rapidamente, proporcionando uma comercialização mais barata de box de séries e outros programas televisivos, aumentando o consumo desses fora do fluxo, o que “complexificou ainda mais as relações entre espectadores, *networks*, patrocinadores e produtores”<sup>21</sup> (SODANO, 2012, p. 30). A Netflix surge nesse período de emergência do DVD no mercado, oferecendo o serviço de aluguel dos discos digitais via correio.

Com o aumento da quantidade de canais e a disponibilidade de novas formas de consumo, crescem também os números de produções. As redes aumentam o esforço para se destacar dentro de um mercado mais competitivo e conquistar público. A programação, antes homogênea durante a *network era*, passa a se diversificar para atender um espectador mais exigente. Grupos de interesse começam a ser identificados e almeçados pelos canais em um processo que Hilmes denomina *nichification*, fenômeno que pode ser visualizado no surgimento de canais especializados em determinados assuntos como esporte, música, notícias, ou direcionados para nichos específicos do público como crianças, mulheres ou ainda minorias sub-representadas (2011, p. 300). Diferente da lógica do *broadcasting*, onde os canais intencionavam atingir um público massivo com uma programação sem muita diversificação, a televisão americana começa a transicionar, neste momento, para o que alguns autores denominam de *narrowcasting* (SMITH-SHOMADE, 2004), que consiste na fragmentação do público, passando a ficar visível a existência de diferentes grupos de interesse. Lotz afirma que esta segmentação e a criação dos canais específicos proporcionaram uma renovação nos modelos narrativos e alguns canais à cabo conseguiram gerar receita suficiente para começar a criar um certo “padrão de qualidade” (2007, p. 15) que direcionasse programas para os grupos que começavam a despertar interesse mercadológico.

É neste contexto que surgem as “séries de prestígio”, que apelam para uma estética e narrativas mais próximas do cinema, num esforço de vender produções televisivas como algo de valor artístico, que tradicionalmente é negado à TV. Através da utilização de discursos de distinção (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2016) os canais

---

<sup>21</sup> Original: further complicating the relationships among viewers, networks, sponsors, and storytellers.

fechados conseguiram avançar em relação às *networks* ao atender essa audiência específica, que geralmente não se interessava por televisão. Por outro lado, tinham dificuldade em relação ao público, que por ser muito específico tendia a ser menor que o dos canais abertos (LOTZ, 2007, p. 15), apesar de mais fidelizado.

As experiências iniciadas durante a *multi-channel transition* se expandem no período iniciado em meados dos anos 2000 e vivenciados nos dias de hoje na *post-network era*. Lotz argumenta que além das opções de canais se ampliarem, as maneiras de se acessar e utilizar a televisão se modificaram e ganharam novos contornos (2007, p. 15). Trata-se de uma época em que a experiência televisiva já não se resume apenas a um aparelho não portátil e de uso estritamente doméstico. Com a expansão e popularização de novas tecnologias, o espectador tem agora uma grande oferta de programas, disponível para consumo em diversas telas, não sendo mais necessário estar em casa para assistir TV. Ressaltando, como destaca Lotz, que o momento atual não sinaliza de forma alguma o fim da lógica comercial que esteve vigente de forma predominante na *network era*, mas a modifica substancialmente, especialmente pelas novas possibilidades de consumo onde o espectador já não é mais refém das decisões previamente estabelecidas pelos canais (2007, p. 15-16).

A *post-network era* é marcada principalmente pela forte presença da tecnologia na relação do espectador com o meio televisivo, dando mais autonomia para o público escolher o que assistir, quando, onde e se sozinho ou acompanhado (LOTZ, 2007, p. 16). Jenner afirma, ao citar Pearson (2011), que este é o período de proliferação das plataformas de distribuição digital e de maior fragmentação da audiência (2014, p.2). Isso se reflete diretamente na lógica mercadológica adotada pelos canais que agora vivem em um cenário de disputa mais acirrada. Ademais, a produção de conteúdo também foi facilitada, com novas formas de financiamento e avanços tecnológicos no âmbito da distribuição que permitem às produções independentes e amadoras alcançarem um público maior (2014, p. 16). Lotz destaca ainda que novas formas de sustentação comercial estão sendo estabelecidas, como o *product placement*, ato que consiste em inserir as marcas dentro dos programas e não só exibir os comerciais nos trinta segundos reservados aos anúncios dos patrocinadores (LOTZ, 2007; SANDLER, 2013), sendo esta uma estratégia principalmente das *networks* e canais de *basic cable* para burlar a liberdade que o espectador agora tem de ignorar os comerciais (através de tecnologias como *digital video recorder – DVR*), ou os serviços de *cable premium* e *streaming* que podem veicular marcas de patrocinadores sem inserir pausas nos programas para este fim.

Neste momento da *post-network era* a audiência se encontra já bastante fragmentada, o que não quer dizer que a televisão esteja deixando de ser consumida. O acesso à computadores e internet tem se tornado cada vez mais facilitado, refletindo na relação do espectador com a TV (LOTZ, 2007, p. 17). Além de novos canais, é possível encontrar e acessar a programação fora do fluxo, seja através dos serviços de *streaming* das próprias emissoras – que cada vez mais aderem à distribuição em rede –, ou de serviços independentes como a Netflix, que não só disponibiliza conteúdo de maneira mais abrangente à nível geográfico, como também produz conteúdo próprio, rivalizando diretamente com o formato tradicional de produção e consumo televisivo.

Vive-se neste contexto o que Silva (2014a) chama de cultura das séries, proporcionado por essas novas relações espectatoriais e pela proliferação da produção. Se antes o objetivo era apenas angariar público para os anunciantes, hoje, com as diversas possibilidades tecnológicas, a televisão americana já não segue um modelo único, se diferenciando de acordo com o meio de distribuição – linear e não-linear – e com sua forma de sustentação econômica – *networks*, *cable* e *streaming*. Nos tópicos seguintes iremos analisar como a economia política opera na TV americana contemporânea e seus reflexos na ficção seriada televisiva. Entendendo que a narrativa serializada é uma estratégia de mercado para fidelizar o público (MEIMARIDIS, 2017a) e que, no caso da televisão – um meio que passa por constantes mudanças no âmbito tecnológico e comercial –, a serialidade vai se adaptando às novas demandas mercadológicas, acreditamos que se faz necessário analisar os diferentes modelos econômicos que permeiam o atual cenário para compreender como a ficção seriada é trabalhada atualmente.

## **II.II – A TV linear: *Networks* e *Cabo***

Ao entender a televisão americana como uma indústria, podemos visualizar a presença de três modelos econômicos distintos que operam no mercado: as *Networks*, que consistem nos canais abertos; *Cable*, canais à cabo que se dividem entre *basic cable* e *premium*; e os recentes serviços de *streaming*. Os dois primeiros funcionam dentro do fluxo televisivo – ou na TV linear, com uma grade de programação pensada para ficar disponível ao espectador durante 24 horas por dia, fator determinante para que estes pensem seus programas com um cuidado diferente dos serviços não-lineares. Partindo do pensamento de Amanda Lotz, em que o modelo linear é categorizado pelo “fluxo contínuo de bens produzidos e o modo como esses se integram aos padrões da vida diária” (2017,



s/p), os canais precisam pensar estratégias de programação e comercialização dentro da limitação deste fluxo. Ademais, ainda que compartilhem do mesmo meio da linearidade, os canais abertos e fechados diferem entre si em diversos fatores comerciais que discorreremos neste tópico.

As *networks* operam majoritariamente no sistema econômico que vigorou em toda a *network era*, com objetivo principal de angariar o maior número em audiência para entregar aos patrocinadores. Magder afirma que o principal cliente dos canais abertos não é o espectador, mas sim os anunciantes, pois é deles que depende o financiamento da programação que preenche as grades dos canais (2004, p. 144). A diferença que hoje existe – na *post-network era* –, como aponta Michael Curtin, é que os canais já não comercializam apenas os tradicionais blocos de propaganda de 30 segundos em sua grade, mas se empenham em vender aos patrocinadores espaços em diversos meios (TV aberta e fechada, DVDs, *streaming*, websites, aplicativos para celular, e afins), uma vez que hoje a maior parte das *networks* operam dentro de grandes conglomerados multimídia (2009, p.12).

Em relação ao formato de serialização de suas obras de ficção, os canais abertos apresentam entre vinte e dois a vinte e quatro episódios por temporada, com cerca de vinte minutos de duração para *sitcom* (30 minutos no ar levando-se em consideração as pausas para comerciais) e de quarenta minutos para drama (totalizando 1 hora de transmissão contando-se as propagandas), sendo transmitido um episódio por semana, com dia e horários pré-determinados na grade do canal. A criação e produção das séries nas *networks* funciona de maneira aberta, com a encomenda de nove episódios, que após o lançamento, de acordo com o retorno da audiência, pode ou não ser solicitado os episódios restantes para completar a temporada (MEIMARIDIS, 2017a, p. 4). De maneira geral essa fórmula é seguida à risca, o que não significa que estes canais não possam operar de maneira diferente de acordo com fatores específicos além de audiência, financiamento ou crítica.

Em relação a espectadorialidade, apesar de muitos canais hoje disponibilizarem suas séries fora do fluxo em sites próprios, logo após o término da exibição do episódio na grade, ou licenciando para outros serviços de *streaming*, a programação ainda é pensada para atender o *appointment viewing*, uma vez que o modelo econômico é majoritariamente sustentado pelos anunciantes, fazendo-se necessário que os espectadores tenham acesso aos comerciais veiculados durante os episódios. Dessa forma, retornamos à estrutura narrativa já mencionada no capítulo anterior, com um episódio

sendo pensado com ganchos não só ao seu final, mas também com pequenos pontos de clímax no encerramento de um bloco anterior aos comerciais, para manter o interesse da audiência em assistir todo o episódio e conseqüentemente os anúncios. E para além da construção do episódio, Kelso afirma que o modelo comercial dos canais abertos influencia no conteúdo das narrativas, uma vez que os anunciantes se preocupam em veicular seus anúncios em um ambiente “propício para vender as marcas”<sup>22</sup> (2008, p. 47), ou seja, as *networks* devem oferecer histórias que não destoem completamente do discurso dos patrocinadores. Outro elemento que também atua sobre as produções dos canais abertos é a FCC (*Federal Communications Commission*), órgão regulador da radiodifusão americana, que impõe regras de classificação indicativa à programação televisiva.

Devido a toda essa dependência comercial e regulatória, a ficção seriada produzida nas *networks* é considerada de “menor qualidade” e muito repetitiva quando comparadas com a produção dos canais à cabo (BOURDAA, 2011; MAGDER, 2004). Com isso, vemos os canais abertos constantemente apostando em fórmulas já conhecidas do público, procedurais, *remakes*<sup>23</sup>, *spin-offs*<sup>24</sup>, resgate e continuações de séries já finalizadas, tudo para garantir que tenham o retorno financeiro que estes formatos garantem mais facilmente, por já serem conhecidos do público que por sua vez se dispõe a dedicar tempo com maior facilidade a algo que já esteja familiarizado (BELLAMY, R. V.; MCDONALD, D.G; WALKER, J. R, 1990).

Outro fator de suma importância é que a TV aberta simplesmente “está” nas casas. Diferente de um serviço de TV *premium* ou de *streaming* que o consumidor paga e se dedica a procurar algo de seu interesse e se dispõe a investir tempo para assistir, na TV aberta o contato do espectador com a programação se dá de maneira mais dispersa, geralmente em meio às suas atividades domésticas ou no intervalo delas. Logo supõe-se que as narrativas seriadas devem ser mais “leves” ou de mais fácil compreensão, para manter a atenção do público naquele momento e ao mesmo tempo cativá-lo para que continue assistindo futuramente. Diante desses fatores, alguns autores acreditam que estes canais tendem a se preocupar mais com números de audiência do que com a qualidade de seus programas (KELSO, 2008; MAGDER, 2004), o que pode ser questionado na atual conjuntura do *narrowcasting*. Como vimos desde a *multi-channel transition*, com a

---

<sup>22</sup> Original: the content of the show itself must be conducive to selling the brands.

<sup>23</sup> Uma nova versão de uma obra ficcional, com a mesma ambientação, personagens e narrativa.

<sup>24</sup> Obra derivada de outra. Geralmente focada em apenas um personagem que na série original pode ter sido coadjuvante ou secundário, ou uma história que se passe no mesmo ambiente, mesmos elementos narrativos.

crescente fragmentação da audiência, os canais estão cada vez mais buscando formas de se destacar em meio aos demais. E as *networks*, apesar da dependência financeira da publicidade, procuram cada vez mais outras formas de se firmar entre o público de séries, o que resulta nestes canais inovando e experimentando em seus programas ficcionais, afinal, o fator inovação não deixa de ser um interesse comercial também, posto que imbuir suas obras com um valor cultural e intelectual, mais presente em obras dos canais fechados, chama atenção de outro espectador, mais “seriador” (SILVA, 2014a) e também pode garantir uma sobrevivência à essas obras fora do fluxo da TV linear, angariando renda em venda de DVDs, distribuição internacional via serviços de *streaming*, etc.

Testemunhamos na TV aberta séries como *Hill Street Blues* (NBC, 1981-1987), que já na década de 1980 apresentava uma narrativa mais densa, *Lost* (ABC, 2004-2010), cuja estrutura seriada e história exigiram um maior engajamento do público da televisão, ou mais recentemente, *Hannibal* (NBC, 2013-2015), cuja estética se assemelha aos “dramas de prestígio” dos canais *premium* e criou uma sólida base de fãs. Portanto, no contexto atual da política econômica da televisão americana podemos afirmar que, apesar da dependência das *networks* em relação aos anunciantes e o maior risco que correm ao tentar inovar em seus programas, os canais abertos têm cada vez mais enveredado pelo caminho da experimentação em suas ficções serializadas, visto que o fator “qualidade” também pode gerar lucro.

Já os canais à cabo da televisão americana apresentam um modelo diferente, não definido apenas pela forma de financiamento, mas também pelo esforço próprio em distinguir sua programação dos canais abertos (BOURDAA, 2011). Entre as estruturas econômicas dos serviços de *cable* também existe diferença, onde os canais *basic* operam de maneira mista, dependendo tanto de patrocínio dos anunciantes, como da renda angariada nas negociações com as empresas que comercializam o canal dentro de um pacote para o consumidor (ARAÚJO; BIANCHINI, 2017), enquanto os canais *premium* dependem apenas da receita gerada pelos assinantes do serviço. Apesar desta diferença, ambos modelos apresentam formato de serialização semelhante, onde os criadores costumam entregar uma temporada pronta e fechada aos canais, com menos episódios – cerca de 13 por temporada –, garantido maior autonomia e liberdade criativa aos produtores (BOURDAA, 2011, p. 34). Em relação à espectralidade, os canais à cabo ainda são reféns do *appointment viewing* por funcionarem na lógica do fluxo televisivo, com uma grade de programação pré-estabelecida e, no caso dos canais básicos, necessitam que o espectador assista aos comerciais que são veiculados, assim como as

*networks*. E os canais *premium*, ainda que não dependam da publicidade, precisam que o espectador esteja ao menos familiarizado com a grade e os horários de seus programas que os fizeram assinar o serviço, até mesmo os canais que já disponibilizam seus programas fora do fluxo em serviços próprios de *streaming* (caso da *HBO*, com *HBO Go*, *HBO Now*).

A respeito do conteúdo, a televisão fechada americana direciona sua programação à um público que supostamente não é contemplado pela grade da TV aberta. Enquanto os canais *premium* se esforçam para oferecer ao espectador uma programação diferenciada, com certo valor cultural, os serviços de *basic cable* empenham-se em preencher lacunas deixadas pelas *networks*, o que reflete na grande quantidade de canais especializados em conteúdo específico como esportes, notícias, culinária, etc. Os serviços à cabo não obedecem às regras de classificação da FCC, possuindo maior liberdade sobre suas produções, embora os canais básicos ainda precisem se adequar às expectativas dos anunciantes (MEIMARIDIS, 2017a).

É exatamente nos serviços *premium* que encontramos o maior esforço de distanciamento da TV aberta. Como esses canais funcionam em modelo comercial semelhante ao cinema, onde o consumidor paga para adquirir seu conteúdo (ARAÚJO; BIANCHINI, 2017, p.123), eles lidam com um público mais exigente, portanto sua programação tende a ser menos genérica e repetitiva e, neste caso, os números em audiência, apesar de ainda serem levados em conta na hora de renovar ou cancelar determinado programa, não importam tanto quanto os prêmios e aclamação da crítica, pois estes agregam valor cultural ao canal, chamando atenção de um público mais elitizado e intelectualizado (2017, p. 124). É comum vermos nas ficções seriadas destes canais uma estética que se aproxima mais do cinema, certa sofisticação na fotografia, arte, edição. Diretores aclamados geralmente são chamados para trabalhar em séries de serviços *premium* para conferir status “artístico” às obras, algo que tradicionalmente era relegado à televisão.

Para efetivar este distanciamento das *networks*, os canais pagos geralmente empregam o discurso da “TV de qualidade” em suas estratégias de marketing (JARAMILLO, 2002), o que podemos ver na prática do canal *premium* HBO (*Home Box Office Television*) em seu nítido esforço de se destacar no mercado televisivo desde sua criação, através do slogan *It's not TV, it's HBO* (“Não é televisão, é HBO”), exemplo depois seguido por outros serviços da TV fechada e aberta para vender suas ficções serializadas. Tática que tem dado certo, refletindo no prestígio que hoje o canal carrega

sendo sempre um nome presente nas premiações, com significativo número de indicações ao *Emmy*<sup>2526</sup>. Mas apesar de todos esses esforços dos canais à cabo de tentarem se desvincular ao máximo da ideia tradicional de TV, eles continuam a ela atrelados.

Segundo Araújo e Bianchini, apesar de propagarem o discurso de que estão no mercado para apresentar algo novo e distinto e de fato possuírem certa margem de segurança para arriscarem em suas séries, é nítido que os canais fechados ainda preferem trabalhar com de gêneros já consolidados (2017, p. 126) e repetindo fórmulas, como vemos na estratégia da AMC (*American Movie Classics*), canal à cabo básico, que com o sucesso de sua série, *The Walking Dead* (2010-presente), lançou um *spin-off* desta, *Fear The Walking Dead* (2015-presente), a fim de manter e prolongar o sucesso comercial da primeira. Ou ainda a recente encomenda da HBO de um piloto para o *spin-off* de um de seus carros-chefes, *Game Of Thrones* (2011-presente). Ademais, por se encontrarem dentro da linearidade televisiva – mesmo com sua programação disponível em outras janelas –, estes canais ainda necessitam manter a velha grade de horário típica da televisão, lógica esta que tem sido subvertida com a presença de um recente modelo econômico na indústria, do qual tratamos no tópico seguinte.

### II.III – *Streaming*: a TV não-linear

O fator determinante da *post-network era* é o movimento da indústria televisiva em “direção às formas de distribuição e narrativa multi-plataforma”<sup>27</sup> (JENNER, 2014, p. 3, tradução nossa). Como exposto no primeiro tópico deste capítulo, a expansão de possibilidades para o consumo de produção televisiva faz a relação entre espectadores, anunciantes e televisão ocorrer dentro de um ambiente multimídia (CURTIN, 2009, p. 12), e neste cenário de ampliação dos meios de acesso – graças a popularização da internet – surgem os serviços de *streaming*. Primeiramente no âmbito da distribuição de conteúdo, facilitando o acesso à programação televisiva fora do fluxo e mais recentemente se firmando também enquanto produtores de ficção seriada. Todo esse processo demanda da indústria um novo modelo comercial que seja capaz de atender às novas dinâmicas desta televisão não-linear (LOTZ, 2017).

Comercialmente o modelo de *streaming* se assemelha aos canais *premium*, uma vez que o espectador paga mensalidade para ter acesso ao seu conteúdo. Apesar desse

---

<sup>25</sup> Premiação mais importante dedicada à televisão americana.

<sup>26</sup> Em 2017, o canal foi o que mais teve programas indicados ao *Emmy*, com 111 nomeações no total: <https://variety.com/2017/tv/news/emmy-nominations-scorecard-by-program-and-network-1202494741/>

<sup>27</sup> Original: (...) move towards multi-platform forms of distribution and storytelling.

sistema ser financiado majoritariamente pelo valor das assinaturas, alguns serviços exibem propagandas em seu catálogo, caso do Hulu que oferece 3 pacotes de assinatura distintos, mas em nenhum deles o espectador está 100% livre de anúncios publicitários<sup>28</sup>. A diferença crucial entre um portal de distribuição de TV pela internet<sup>29</sup> para um canal *premium* (ou para a televisão tradicional em geral) está nas limitações do meio em que se encontram. Como afirma Lotz, os serviços de *streaming* têm a seu favor a ausência dos limites impostos pela linearidade do fluxo televisivo, não são reféns de uma grade de horários que restrinja suas possibilidades na hora de licenciar ou criar conteúdo. Por outro lado, esbarram em restrições colocadas pela regulação do mercado televisivo americano, no custo de licenciamento dos programas, visto que “tecnologicamente, um portal poderia disponibilizar qualquer conteúdo, mas baseado nos atuais modelos de negócios, o custo de licenciar uma biblioteca tão vasta seria muito elevado”<sup>30</sup> (LOTZ, 2017, s.p., tradução nossa). Logo, com a intenção de sempre ampliar sua biblioteca de conteúdo sem ficarem presos às negociações com canais e estúdios, os serviços de *streaming* adentram no campo da produção de ficção seriada, oferecendo séries nos moldes mais próximos possíveis da televisão tradicional, porém com a vantagem de podermos acessá-las a qualquer hora e em qualquer lugar.

Os formatos de serialização dos serviços de *streaming* não seguem um padrão único, cada serviço oferece um modelo. Em geral seguem a lógica de uma hora por episódio para dramas e trinta minutos para comédias, porém esta não é uma estrutura engessada e, dentro da liberdade do meio não-linear, pode variar. As temporadas são encomendadas integralmente pelos serviços aos estúdios. A ruptura com os canais da TV linear está na estratégia de lançamento. Netflix e Amazon Prime Vídeo, por exemplo, costumam lançar suas séries originais em um único dia – a Netflix em alguns casos divide uma temporada em duas partes, lançando cada uma em períodos distintos, como fez com *The Get Down* (2016) e a recente 5ª temporada de *Arrested Development* (2003-presente).

---

<sup>28</sup> Em seu plano de assinatura “popular” o Hulu veicula publicidade nos programas. O plano *No Commercials* (“sem comerciais”, tradução nossa) ainda exhibe propagandas antes e depois de cada episódio, caso o espectador esteja maratonando as seguintes séries: *Grey’s Anatomy*, *Once Upon A Time*, *Marvel’s Agents of S.H.I.E.L.D.*, *Scandal*, *New Girl*, e *How To Get Away With Murder*. E o plano “*Hulu with Live TV*”, exhibe programação ao vivo de alguns canais do fluxo televisivo, não excluindo seus comerciais, além de contar com as mesmas regras do plano “*No Commercials*” para o catálogo.

<sup>29</sup> Amanda Lotz entende os serviços de *streaming* como televisão distribuída pela internet, posto que o modelo mais se aproxima que se distancia do entendimento social sobre o que culturalmente se estabelece como televisão (ARAÚJO; BIANCHINI, 2017, p. 129).

<sup>30</sup> Original: Technologically, a portal could conceivably make any piece of content ever made available, but based on current business models, the cost of licensing such a vast library would be prohibitive.

No âmbito da espectralidade, este formato populariza e intensifica a prática do *binge-watching* – ato do espectador que consiste em assistir vários episódios, por vezes uma ou mais temporadas inteiras, sem interrupção – que, embora não seja novidade entre o público de séries<sup>31</sup>, torna-se cada vez mais comum ao ser naturalizado e incentivado pelos próprios serviços em seus discursos para se destacarem da televisão linear. A ideia é não se desvincular da TV tradicional, oferecendo o conteúdo desta – ou semelhante –, porém com a liberdade espectral que por ela não é proporcionado.

No que tange seu conteúdo ficcional original, os serviços de *streaming* gozam de liberdade similar à dos canais *premium*, estando livres da regulação da FCC, de expectativas de anunciantes e também trabalhando com encomenda de temporadas inteiras e mais curtas, dando maior autonomia criativa aos produtores e roteiristas. E contam com a já mencionada liberdade extra de não precisar limitar sua programação a uma grade de horários. Porém, seja pela ausência de restrições do fluxo, ou pelo caráter ainda em experimentação – dado que as séries de serviços de *streaming* ainda são muito recentes na indústria –, é difícil afirmar que existe um formato próprio, estético e narrativo, da televisão distribuída pela internet, tampouco que estas prezam mais pela “qualidade” e dramas de prestígio, ou que preferem trabalhar com apelo massivo em suas obras ficcionais. Enquanto vemos séries de serviços de *streaming* sendo aclamadas pela crítica, com indicações à prêmios<sup>32</sup> e uma tentativa de construir um discurso de qualidade e distinção em torno de suas produções originais (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2016), percebemos também um esforço em manter narrativas em conformidade com a estética padronizada pelas *networks*, ou mesmo a estratégia de repetição de fórmulas que já são garantia de sucesso (MEIMARIDIS, 2017a).

Ao mesmo tempo verificamos que o formato de distribuição influencia diretamente na concepção das séries pensadas para serem lançadas neste formato. Lotz argumenta que os serviços de *streaming* se diferenciam tanto das *networks* como dos canais à cabo. Dos primeiros por tentarem oferecer conteúdo diferenciado, para nichos; e dos segundos pois não focam em um nicho específico, mas em “conglomerados de nicho” (2017, s/p.). Nesses distanciamentos e aproximações em relação à TV linear a única coisa

---

<sup>31</sup> A prática do *binge-watching* se faz presente até mesmo dentro do fluxo da televisão desde a *network era*, com as maratonas de séries exibidas pelos canais. Depois com a chegada do videocassete e posteriormente com a comercialização de box de DVDs de séries, que permitiram ao espectador realizar suas maratonas de episódios. A “novidade” aqui se encontra no fato de ficções seriadas serem pensadas desde sua criação para o consumo em *binge-watching*.

<sup>32</sup> *Emmy Nominations: The State of Netflix, Hulu, Amazon*. Variety, 2017. Disponível em: <<https://variety.com/2017/tv/awards/2017-emmy-nominations-netflix-hulu-amazon-1202510568/>>.

Acesso em: 20.06.18

que podemos afirmar é que ainda está longe de se definir um padrão para as práticas de produção e distribuição da televisão via *streaming*, quiçá se este padrão existirá um dia se pensarmos na televisão como uma mídia *matrix*<sup>33</sup> (CURTIN, 2009). Porém algumas práticas podemos observar que se formam à medida que um meio vai conseguindo se estabelecer no mercado. Destacamos aqui o serviço Netflix, que chama atenção pelas inovações propostas na indústria desde seu surgimento como locadora de DVDs, trazendo à tona e agilizando processos de mudança que ocorriam na economia política da TV americana desde o início da *multi-channel transition*. No tópico seguinte nos esforçamos em analisar as estratégias de mercado deste que tão rapidamente se tornou o mais popular e internacionalizado dos serviços de *streaming*.

#### **II.IV – O modelo Netflix**

Fundada em 1997 por Reed Hastings e Marc Randolph, a Netflix se apresentou ao mercado inicialmente como uma locadora de DVDs, disponibilizando 925 títulos para aluguel, com o diferencial de fazer a entrega dos discos digitais via postal, eliminando custos com lojas físicas e funcionários. Dois anos depois a empresa inova criando um sistema de assinatura mensal que possibilitava aos clientes solicitarem um número ilimitado de títulos e sem cobrar multa por atraso na devolução. Maíra Bianchini argumenta que este modelo proposto pela Netflix foi possível pois sua origem coincidiu com a chegada dos aparelhos de DVD no mercado americano, cujo consumo foi amplamente incentivado pelos grandes estúdios devido aos baixos custos de fabricação e promessa de maior proteção contra pirataria (2017, p. 9). Os discos digitais se apresentavam como mídias compactas, de fácil manuseio, o que facilitava à Netflix fazer as entregas via postal. Ao mesmo tempo, no contexto de transição da mídia VHS para DVD, muitas empresas tiveram que arcar com os altos custos de conversão de suas bibliotecas do formato analógico para o digital enquanto a Netflix já chegara ao mercado comercializando os discos digitais. Este fator, ao lado dos valores competitivos que a recente locadora virtual apresentava aos consumidores, fez com que avançasse na frente da concorrência (2017, p. 10). Importante mencionar aqui, como bem lembra a autora, que a Netflix contava neste momento com investimento da Warner Home Vídeo, que

---

<sup>33</sup> De acordo com Michel Curtin, desde 2007 vivenciamos transformações que transportam nossa experiência televisiva cada vez mais para fora do aparelho televisivo. O autor argumenta que este é um momento da TV em que tentar defini-la de acordo com modelos e práticas únicas pode ser danoso uma vez que em um curto espaço de tempo isso pode se modificar, assim Curtin propõe que trabalhe com a ideia de que a televisão é uma mídia *matrix*, onde várias práticas de produção, distribuição e consumo coexistem sem se suplantarem, mas podem a qualquer momento se reformular (2009).



fornecia a maior parte dos títulos que a então locadora dispunha em seu acervo (2007, p. 9).

O crescimento da Netflix no mercado se deu de forma ágil. Em 2002 o serviço já contava com 600 mil assinaturas e seu catálogo já estava 92% maior que quando de seu surgimento (MORAES, 2016, p.43), e em 2005 a locadora possuía 35 mil títulos, 4 milhões e meio de usuários<sup>34</sup> e enviava aproximadamente 1 milhão de DVDs todos os dias (ARAÚJO; BIANCHINI, 2017, p.129). Em 2007 a Netflix lança seu serviço de *streaming*, primeiramente apenas como opção extra para os assinantes do serviço assistirem aos títulos de sua biblioteca, em um claro movimento rumo às novas formas de consumo proporcionadas pela *post-network era*, onde o público cada vez mais se fragmentava e procurava outros meios além do aparelho televisor para assistir seus programas e filmes (CURTIN, 2009).

Neste modelo, de oferta de conteúdo audiovisual pela internet, a Netflix também saiu na frente de seus adversários, pois apesar de não ser pioneira no serviço, apresentava valores bem mais atraentes aos consumidores com o sistema de assinaturas (BIANCHINI, 2017, p. 13). Logo o serviço viu o número de seus assinantes aumentar vertiginosamente – para 16 milhões dentro do espaço de apenas 5 anos –, ao mesmo tempo que o aluguel de DVDs começou a cair (ARAÚJO; BIANCHINI, 2017, p. 129). Com isso, a Netflix passa a centrar seus esforços no serviço de *streaming* e trabalhar para expandir sua presença no mercado. Em 2010 inaugura sua plataforma no Canadá, seguindo por outros países, chegando ao Brasil em 2011 (MORAES, 2016, p. 43). Atualmente a empresa está presente em cerca de 190 países e conta com mais de 100 milhões de assinantes, a maior parte fora dos Estados Unidos (BIANCHINI, 2017, p. 2).

A principal diferenciação do serviço no mercado de distribuição de televisão pela internet está na mineração de dados de seus assinantes. O sistema foi implantado ainda em 2000 com a intenção de oferecer um serviço personalizado aos seus clientes e sugerir listas individuais de títulos pelos quais estes viessem se interessar (BIANCHINI, 2017, p. 12). Ao migrar para o modelo de *streaming*, a Netflix construiu sua marca em torno do discurso de oferecer interface e oferta personalizadas ao usuário, almejando atender o espectador insatisfeito com o conteúdo limitado dos canais da televisão tradicional. Porém, a possibilidade de conhecer a fundo os gostos de seus assinantes vai mais além e serve principalmente como informação base na hora de licenciar

---

<sup>34</sup> A multa de uma locadora de DVD que deu origem à Netflix. BBC Brasil, 2017. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-38348864>>. Acesso em: 06/06/18.

programação. Uma vez que os custos desses licenciamentos podem ser elevados, isso dificultaria a manutenção de uma biblioteca tão ampla sem passar a cobrar mais caro pela assinatura. Diante disso, o serviço utiliza os dados que coleta sobre o comportamento de sua audiência para selecionar o que possa atender o interesse deste público, renovando e retirando títulos de seu catálogo constantemente.

Esta prática da Netflix exemplifica o que Lotz afirma ser a maior limitação dos serviços que trabalham fora da linearidade da televisão, pois apesar de se apresentarem como algo que representa “liberdade” dentro da economia política televisiva, as plataformas de *streaming* esbarram nas regulações de direitos de distribuição, dessa forma também precisam restringir seus catálogos, ainda que sob circunstâncias diferentes dos canais lineares (2017, s/p.). Diante dessa restrição, a autora argumenta que resta aos serviços de distribuição de TV pela internet recorrerem a estratégias que os façam sobressair dentro do mercado.

Um desses subterfúgios consiste em licenciar conteúdo de difícil acesso na TV tradicional, atendendo à nichos – prática já comum nos canais fechados –, nesse sentido a Netflix adquire séries de difícil circulação em *syndication*<sup>35</sup>, como *Mad Men* (AMC, 2007-2015) e *Breaking Bad* (AMC, 2008-2013) que atraem usuários para o serviço (BIANCHINI, 2017, p. 16). Entretanto, diferente dos canais à cabo, a Netflix não estaria interessada em um único nicho específico, o que confirmamos em uma rápida pesquisa em seu acervo, que possui desde séries consideradas de “prestígio” – direcionadas à um público mais crítico – como as citadas a cima –, à séries com estética e narrativa mais tradicionais como *The Fresh Prince of Bel-air* (NBC, 1990-1996) ou *Criminal Minds* (CBS, 2005-presente), passando por séries de apelo “cult” – *Monty Python's Flying Circus* (BBC, 1969-1974), *Rick and Morty* (Cartoon Network, 2013-presente) –, programação infantil, *reality shows*, animações e dramas asiáticos, e uma infinidade de produções direcionadas à diferentes segmentos de público. Assim percebemos uma aproximação dessa estratégia da Netflix com a prática adotada pelas *networks*, de se dirigir a um público massivo para entregá-lo aos anunciantes, no caso da plataforma de *streaming* a intenção é angariar assinantes, visando o lucro e manutenção de seu vasto catálogo. Contudo, Lotz aponta que o fato de a Netflix ter a seu favor o controle total do comportamento de seus clientes (desde os títulos que assiste, os que dão “like” sem assistir,

---

<sup>35</sup> Formato de distribuição – geralmente da TV linear – em que os canais vendem determinados programas para serem exibidos em outras redes, podendo ser afiliadas ou não. É o meio mais comum dos canais continuarem lucrando com programas de sucesso depois que estes já foram ao ar em suas grades.

os momentos de pausa, ou quando largam uma série, etc) faz com que, diferente tanto das *networks* quanto dos canais à cabo, ela possa direcionar seu conteúdo, à primeira vista massivo, a diferentes nichos de público (2017, s/p).

Com isso, as séries que aparecem em nossa interface, indicadas com base nos dados que fornecemos, podem ser totalmente diferentes das que aparecem para outro grupo de assinantes. Enquanto um usuário fã de animações japonesas terá uma página inicial repleta delas, um outro que seja fã de *sitcoms* britânicas dificilmente terá contato com o conteúdo oferecido ao primeiro, exceto se procurar diretamente por eles no mecanismo de busca do portal. Lotz conclui que a Netflix está interessada em atingir diferentes “conglomerados de nicho” e sua seleção de conteúdos está vinculada à uma “customização em massa” (2017, s/p.).

A segunda estratégia da Netflix para custear o licenciamento de seu acervo está na criação de conteúdo próprio. É inegável que o serviço de *streaming* conseguiu criar sua marca através dos modelos inovadores de aquisição de conteúdo e mineração de dados dos assinantes, porém para continuar à frente de seus concorrentes, que cada vez mais exploram as possibilidades do ambiente não-linear, começou a apostar em produções próprias, criando o “selo Netflix” de séries originais<sup>36</sup>. A intenção é se libertar cada vez mais das amarras que a indústria televisiva impõe. Nas palavras de Ted Sarandos, chefe de conteúdo da empresa:

No fim das contas, nós queremos produzir conteúdo original porque está na hora de termos mais controle sobre as séries que mais importam para os nossos clientes. Nós realmente passamos a apreciar o valor que os programas serializados proporcionam. Tantas pessoas assistem a eles e os amam. Nossos dados sustentam a tendência, e é por isso que vocês veem um investimento explícito em televisão na Netflix. Temos sido capazes de aumentar a audiência para conteúdos serializados ao reconhecer o comportamento [do público] e ao assegurar cada vez mais dramas de uma hora altamente serializados e bem produzidos (CURTIN, HOLT, SANSON, 2014, p. 141 *apud* BIANCHINI, 2017, p. 16).

O primeiro experimento do serviço de *streaming* no campo da produção foi a série *Lilyhammer* (2012-2014), em coprodução com o canal norueguês NRK1. A série foi lançada primeiramente no canal e as demais temporadas na Netflix. Mas foi em 2013 que a plataforma se lançou de maneira mais audaciosa e até arriscada no âmbito da realização

---

<sup>36</sup> O “selo Netflix” é empregado em todas as séries originais do serviço de *streaming* e também nas séries que a empresa tem o direito exclusivo de distribuição, porém não são por ela produzidas. É o caso de *The Good Place* (NBC, 2016-presente), *Orphan Black* (BBC America, 2013-2017), *Designated Survivor* (ABC, 2016-2018), entre outras.

de séries. Com o orçamento de mais de 100 milhões de dólares para as duas primeiras temporadas, a Netflix produziu e lançou o drama *House of Cards* (2013-2018). Com produção executiva do renomado diretor de cinema David Fincher e contando com apurado cuidado artístico, a série se aproxima dos dramas de “prestígio” com os quais outrora a HBO revolucionou a estética do drama serializado. Recebendo 9 indicações ao *Emmy* no ano de seu lançamento, incluindo ao principal de Melhor Série Dramática, *House of Cards* foi a primeira série feita exclusivamente para a internet – ao lado de *Hemlock Grove* (2013-2015) e da 4ª temporada de *Arrested Development* (2003-presente) – a receber nomeações ao prêmio e é a 1ª da história a levar um deles, o de Melhor Direção em Série Dramática<sup>37</sup>.

Assim, em um primeiro momento, a Netflix deu a impressão de que tentava rivalizar diretamente com os canais *premium* em termos de construção narrativa e estética. De fato, as primeiras produções do serviço de *streaming* nos levavam a acreditar que a empresa seguiria por um caminho semelhante ao dos canais à cabo dos Estados Unidos, focando em séries *cult* e de apelo à uma elite intelectual. Porém, nos anos seguintes e atualmente, a Netflix vem cada vez mais apostando suas fichas em formatos tradicionais presentes nas *networks* como o *reboot*<sup>38</sup> de *Full House* (ABC, 1987-1995), *Fuller House* (Netflix, 2016-presente), ou *The Ranch* (Netflix, 2016-presente). Enquanto continua investindo também em dramas mais “complexos” e de estética atribuída às séries de “qualidade”, como *The Crown* (Netflix, 2016-presente). Verificamos ainda que o serviço tem apostado em resgate de séries já canceladas, caso da já citada *Arrested Development*, e em *revivals*<sup>39</sup>, caso de *Gilmore Girls: A Year in The Life* (2016). Série que mostram que um segmento de público bastante interessante para a empresa é o de *fanbases* de séries, pois as duas contam com uma fiel base de fãs em todo o mundo e que cresceu com a disponibilização das séries no catálogo da Netflix. A plataforma se aproveita desse apelo para desenvolver o que Castellano e Meimaridis chamam de “instrumentalização da nostalgia” (2017), confirmando mais um nicho para o qual o serviço se dedica. Portanto, visualizamos que a tática da Netflix para produzir séries se assemelha à de licenciamento, onde a empresa apela para diversos segmentos de público.

---

<sup>37</sup> *Emmys: After 14 nominations, Netflix earns one primetime prize*. Hollywood Reporter, 2013. Disponível em: <<https://www.hollywoodreporter.com/live-feed/emmys-14-nominations-netflix-earns-634244>>. Acesso em: 08.06.18.

<sup>38</sup> “Reinicialização”, uma nova versão de obra já conhecida.

<sup>39</sup> Produção de episódios inéditos para séries já finalizadas.

Em geral o que vemos na plataforma de *streaming* é um encontro de vários gêneros e formatos já consolidados em canais da TV linear. Ainda que utilize um discurso de distinção para vender seu serviço, verificamos que o esforço ainda é para oferecer ao assinante estruturas narrativas que se aproximem do que ele já conhece da televisão tradicional. Porém, algumas diferenças podem ser notadas em seu modelo de serialização que sofre influência da prática de espetatorialidade que o ambiente não-linear proporciona. Como já afirmado neste trabalho, o hábito de fazer maratonas de séries não foi criado com os serviços de *streaming*, mas é por alguns deles incentivado e uma das principais inovações da Netflix no mercado televisivo está em encomendar e lançar séries especialmente para serem consumidas em *binge-watching* (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2016), algo que a empresa encoraja em seus assinantes e inclui na sua estratégia de marca (GRANDINETTI, 2017, p. 706).

Pensar neste modelo de espetatorialidade desde a concepção de uma série certamente influi em sua construção narrativa. Cindy Holland, vice-presidente de programação da plataforma diz que faz parte das negociações com produtores e roteiristas pensar em uma temporada como um longo filme, em suas palavras: “(...) nós não precisamos de recapitulações. Nós não precisamos de ganchos no final. Você pode escrever de forma diferente sabendo que provavelmente o próximo episódio vai ser consumido imediatamente” (ROSE, 2013). A declaração é de 2013<sup>40</sup>, momento em que a Netflix estava lançando suas primeiras ficções seriadas originais. Ao lançar uma temporada inteira, a plataforma trabalha com a expectativa de que o espectador irá consumir a série em *binge-watching*, logo suprime os tradicionais “anteriormente em...” que acompanha todo início de episódio de séries do fluxo televisivo para lembrar o espectador o que ocorreu no capítulo anterior. Elimina também da estrutura de seus episódios os eventuais *clímax* dentro de um capítulo, já que não precisa veicular propagandas. E, devido ao ambiente interativo da internet, é possibilitado ao espectador pular a abertura de cada episódio.

Outra estratégia que faz a plataforma de *streaming* se destacar no mercado é seu mecanismo de mineração de dados dos assinantes com a intenção de personalizar e individualizar conteúdo, configurando em outra estratégia de marca do serviço. A Netflix conseguiu ao longo de sua ainda curta história, estabelecer uma proximidade com seu

---

<sup>40</sup> *Netflix's Ted Sarandos Reveals his 'Phase 2' for Hollywood*. Hollywood Reporter, 2013. Disponível em: <<https://www.hollywoodreporter.com/news/netflixs-ted-sarandos-reveals-his-526323?page=1>>. Acesso em: 08.06.18.

cliente que nenhuma outra rede, seja aberta ou fechada, conseguiu na indústria televisiva americana. Diferente dos canais tradicionais que dependem de pesquisas de audiência, o serviço virtual controla todos os dados e comportamentos de seus espectadores e os utiliza para montar seu acervo e encomendar séries. Caso do já mencionado sucesso de crítica, *House of Cards* (2013-2018). Remake<sup>41</sup> da britânica homônima que estava disponível no acervo e que era popular entre os usuários da Netflix. Dentre esses indivíduos, eram populares os filmes dirigidos por David Fincher e os com o ator Kevin Spacey, a junção desses dados fez com que a plataforma de *streaming* encomendasse o audacioso projeto original (ARAÚJO; BIANCHINI, 2017).

A Netflix adota o discurso de distinção (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2016) para vender sua produção original, argumentando que em seu serviço iremos encontrar programação que não encontramos na televisão tradicional. Sustenta esse discurso na oferta de liberdade de acesso ao catálogo, na possibilidade do *binge-watching* e na promessa de conteúdo de “qualidade”, pois seu produtores e roteiristas possuem a liberdade criativa que lhes é limitada na TV tradicional, ainda promete entregar conteúdo que atenda às expectativas do assinante, uma vez que utiliza como base para as produções os dados de comportamento que coleta de seus clientes – de certa forma uma contradição, afinal, se as séries originais são encomendadas com base nesses dados, os criadores não teriam tanta liberdade assim.

Independentemente de suas estratégias de marca, diante de seu modelo comercial e de produção aqui exposto percebemos que, por um lado, a Netflix rompe com práticas estabelecidas pela indústria televisiva (aproximação com sua audiência, liberdade da grade de horários), por outro ela se utiliza das mesmas estratégias tradicionalmente estabelecidas no mercado (focar em diversos públicos para angariar renda, apelo à nichos, ao mesmo tempo à massa, formatos narrativos, estratégia da repetição). Acreditamos que o serviço de *streaming* está ajudando a reconfigurar a economia política da televisão americana e que é sem dúvida um marco na *post-network era*. Entretanto, no campo da criação de ficção seriada televisiva ela ainda está experimentando, se em um primeiro momento suas séries pareciam atender a um determinado nicho e que estava disposta a arriscar em suas produções, dando liberdade total aos criadores e nos passando a impressão de que dificilmente cancelaria séries, hoje, em menos de 10 anos apostando

---

<sup>41</sup> Recriar uma série. Diferente do *reboot*, neste caso se refaz a série mantendo toda a ambientação narrativa, personagens, poucas alterações são estabelecidas com o original.

em séries originais, vemos a empresa cancelando<sup>42</sup> ficções serializadas com mais frequência, arriscando menos e investindo mais em formatos e narrativas que são sinônimo de segurança financeira na televisão tradicional. Não temos intenção de fazer conclusões acerca da posição que hoje a Netflix ocupa enquanto produtora de ficção seriada, seria um exercício difícil – talvez impossível – dado o caráter flexível em que atua. Mas pretendemos contribuir para estudos futuros no campo da produção de plataformas de *streaming* observando e problematizando sua atuação e como utiliza a narrativa seriada para se firmar no mercado. No capítulo que segue nos debruçamos sobre as reconfigurações que a estrutura narrativa da série *Arrested Development* sofreu para se adequar neste contexto de transição de formatos e mídias na economia política da televisão e como a posição da Netflix dentro desse cenário reflete diretamente na estrutura narrativa da série.

---

<sup>42</sup> Netflix confirma o cancelamento de *Girlboss* (e talvez seu erro na compra desenfreada de conteúdo). Ligado em Série, 2017. Disponível em: <<https://www.ligadoemserie.com.br/2017/06/netflix-confirma-o-cancelamento-de-girlboss-e-talvez-seu-erro-na-compra-desenfreada-de-conteudo/>>. Acesso em: 08.06.18.

### III – ESTUDO DE CASO: *ARRESTED DEVELOPMENT*

*Arrested Development* é uma *sitcom* americana, escrita e produzida por Mitchell Hurwitz, cuja história gira em torno de uma rica família disfuncional em que todos seus integrantes sofrem de graves desvios de caráter. Temos o patriarca, George Bluth (Jeffrey Tambor), que vai preso por corrupção na gestão de sua empresa – e depois por cometer crime de alta traição aos Estados Unidos –; sua esposa, Lucille Bluth (Jessica Walter), manipuladora que só demonstra afeto aos filhos quando tem algum interesse – geralmente financeiro – e está sempre por trás de planos escusos para manter o status social da família; George Oscar Bluth Jr., ou G.O.B. (Will Arnett) é o filho mais velho do casal e também o menos bem querido. Um mágico fracassado, desempregado que está sempre tentando conquistar o respeito de seu pai; Michael Bluth (Jason Bateman) é o protagonista nas 3 primeiras temporadas feitas para a FOX e o personagem menos problemático neste período – na 4ª temporada, da Netflix, se torna tão defeituoso quanto o resto de sua família –, está sempre tentando salvar os negócios da família e dar um bom exemplo ao seu filho. Acha que é o único capaz de gerenciar a empresa, mas sempre se perde em meio às rixas familiares; Lindsay Bluth (Portia de Rossi) é a filha adotiva que cresceu acreditando ser irmã gêmea de Michael, uma socialite que vive um casamento falido e está sempre tentando manter a aparência de mulher respeitável se envolvendo em causas humanitárias questionáveis; Buster Bluth (Tony Hale), filho caçula que vive em extrema dependência da mãe mesmo depois de seus 30 anos; Tobias Fünke (David Cross) é o marido de Lindsay. Foi médico psiquiatra, mas perdeu sua licença ao aplicar uma massagem cardiorrespiratória erroneamente. Após o ocorrido tenta seguir a carreira de ator, sempre falhando. O personagem sempre tem falas de duplo sentido, fazendo todos acreditarem que é homossexual, o que ele nega; George Michael Bluth (Michael Cera) é o filho único e superprotegido de Michael, um adolescente tímido que nutre uma paixão secreta por sua prima. Apesar das tentativas de seu pai durante sua criação em fazê-lo uma pessoa de sucesso, cresce com as mesmas tendências ao fracasso da família; Maeby Fünke (Alia Shawkat), filha de Lindsay e Tobias, tem sua educação negligenciada pelos pais e desde adolescente é trapaceira e manipuladora.

A série foi ao ar – dentro do fluxo televisivo – entre os anos de 2003 e 2006 na grade da *network Fox Broadcasting Company* (FOX), sendo cancelada devido ao baixo retorno em audiência. Apesar da resposta do público, a *sitcom* foi muito bem recebida pela crítica, com 7 indicações ao *Emmy* só no seu ano de estreia – dos quais levou 5,



incluindo o principal de Melhor Série de Comédia<sup>43</sup> – e continuou a ser indicada nos anos seguintes. A série sempre foi fruto de experimentações no âmbito narrativo, com sua estrutura considerada complexa por diversos autores (MITTELL, 2006; PELLEGRINI, 2014), que também apontam esta complexidade como a principal responsável por sua baixa audiência, tendo em vista que era transmitida em um canal aberto, para o qual se espera que as ficções seriadas sejam mais simples, voltadas a um público disperso que supostamente não vai prestar atenção à programação. Apesar de seu fracasso comercial, a série conquistou uma base de fãs fiel que sempre esteve esperançosa pelo seu retorno, que era alimentada pelo próprio elenco e *showrunner* que vez ou outra surgiam com notícias sobre um provável filme para concluir a história dos Bluth. Entretanto a esperada volta veio em formato seriado novamente e através de uma nova plataforma, o serviço de *streaming* Netflix. Neste capítulo iremos nos debruçar sobre as mudanças que a série sofreu ao longo dos anos e passando por diferentes meios. Ainda que consideremos *Arrested Development* uma série de fato experimental, tanto no ambiente linear quanto no não-linear, visualizamos que a diferente economia política que ambos adotam influenciaram nessas mudanças.

### III.I – *Development Arrested*: A série da FOX

Antes de analisarmos a série, precisamos conhecer o canal no qual foi veiculada e seu modelo econômico. A FOX é um canal que chegou na indústria televisiva em meio as transformações da *multi-channel transition*, no contexto do *narrowcasting*, a fragmentação da audiência entrando em evidência e os canais procurando por novas estratégia de fidelização do público. No âmbito das ficções seriadas, é quando as “narrativas complexas” (MITTELL, 2006) começam a se fazer mais presentes, com intuito de conquistar uma audiência mais crítica e intelectualizada. Enquanto *network*, a FOX é sustentada principalmente pela renda vinda dos anunciantes, portanto é dependente dos números levantados pela Nielsen<sup>44</sup>. Araújo e Bianchini (2017) argumentam que a FOX chega ao mercado neste momento em que os diferentes nichos de público estão sendo visualizados pelos canais e a concorrência fica mais acirrada. Dessa forma, o canal se volta para os “jovens homens urbanos”<sup>45</sup> (HILMES, 2011, p. 347, tradução nossa), que seriam adolescentes e homens na faixa dos 30 anos de idade, e aposta

---

<sup>43</sup> Fonte: <https://www.emmys.com/shows/arrested-development>.

<sup>44</sup> Instituto de pesquisa. É quem faz o levantamento dos números de audiência na televisão dos Estados Unidos, semelhante ao Ibope no Brasil.

<sup>45</sup> Original: Young urban men

em séries com duplo direcionamento, voltadas também para o espectador comum que consome TV de forma mais casual.

Alguns dos maiores sucessos dessa estratégia foram a *sitcom Married... with children* (1987-1997), *Werewolf* (1987-1988) e *21 Jump Street* (1987-1991), que ao lado de *Duet* (1987-1989) e do programa de variedades *The Tracey Ullman Show* (1987-1990) ocupavam as noites de domingo do canal, em um bloco de programação notadamente voltada ao público jovem. É também destes anos iniciais o seu maior sucesso que dura até os dias de hoje, a animação *The Simpsons* (1989-presente), carro-chefe de um segmento pelo qual o canal ficou conhecido em seus anos seguintes, o das animações para adultos. Outro nicho alvo da FOX eram minorias étnicas sub-representadas. Séries como *In Living Color* (1990-1994), *Roc* (1991-1994), *Sinbad* (1993-1994) fizeram sucesso e tinham protagonistas e elencos completos – ou quase completos – compostos por atores negros, com isso a *network* almejava atingir o “jovem mercado urbano negro”<sup>46</sup> (HILMES, 2011, p. 349, tradução nossa) que começava a despertar interesse da indústria televisiva, especialmente dos canais abertos uma vez que a classe média branca estava migrando para os canais fechados (ZOOK, 1999, p. 3). Zook e Hilmes atentam para o fato de que a FOX dava certa liberdade criativa para produtores e roteiristas nesta sua fase original. As demais redes seguiam a mesma tendência, porém como argumentam Araújo e Bianchini, o diferencial da FOX nesta época é que ela já nasce com esta visão de mercado (2017, p. 123).

Séries como *Beverly Hills, 90210* (1990-2000), *Melrose Place* (1992-1999) e *The X-Files* (1993-2018) colocaram o nome da emissora ao lado das grandes e consolidadas *networks* no campo da produção de ficção seriada televisiva, antes mesmo desta completar 10 anos de existência. Ao mesmo tempo, com a aquisição dos direitos de transmissão da *National Football Conference* (NFC) e da *National Hockey League* (NHL) nos anos 1993 e 1994, o canal começou a procurar o que Zook chama de “legitimidade branca”<sup>47</sup> (1999, p. 11) e se afastar do que parecia ser sua proposta inicial – programação voltada às minorias sociais norte-americanas. Alguns dos programas da FOX começaram a aparecer no top 10 semanal da Nielsen (HILMES, 2011, p. 349) e à medida que sua programação foi ficando mais *mainstream*, as séries direcionadas para o público afro-americano foram sendo canceladas. Nos anos 2000 tem algumas de suas séries mais aclamadas, *Malcolm In The Middle* (2000-2006), *24 Horas* (2001-2010), *House, M.D.*

---

<sup>46</sup> Original: Young black urban market.

<sup>47</sup> Original: White “legitimacy”.

(2004-2012) e conquista uma marca em torno de suas séries de animação para adultos, criando inclusive uma faixa de horário aos domingos à noite para elas, a *Animation Domination*, que posteriormente foi substituída pela *Sunday Funday* para também incorporar séries *live-action*<sup>48</sup>. É neste bloco de programação, durante a temporada 2003-2004 que estréia *Arrested Development*.

Em seu primeiro ano no ar, *Arrested Development* teve 22 episódios, número habitual para séries veiculadas em *networks*, cada um com 22 minutos de duração. Era exibida após *Malcolm In The Middle* e rendeu a FOX seu segundo prêmio principal em um *Emmy*<sup>49</sup>. Notadamente diferente das *sitcoms* de família tradicionais – formato antigo e sempre presente nos canais americanos –, *Arrested Development* quebra com alguns padrões e fórmulas do modelo. Ainda que não seja pioneira na empreitada de inovar na linguagem, se destaca por explorar uma série de elementos de uma só vez, criando uma estrutura narrativa pouco usual para uma ficção seriada de comédia da televisão aberta.

A série é filmada em câmera única – abrindo mão do tradicional estilo multi-câmera –, não possui *claque*<sup>50</sup>, e utiliza-se de recursos de documentário como o narrador onisciente em 3ª pessoa, que guia o espectador e apresenta a narrativa com auxílio de imagens de arquivo. Ou ainda se assemelha à um *reality-show* com câmeras escondidas pelas locações e, em alguns raros momentos, testemunhamos a quebra da 4ª parede ou a câmera fazendo parte da diegese. Hurwitz afirma que sua intenção era fazer uma *sitcom* cuja história fosse contada de forma não linear<sup>51</sup> e, ainda que o arco se desenvolva de forma cronológica, a série retorna diversas vezes a cenas passadas ou recorre aos recursos documentais citados para explicar algum fato ou comportamento dos personagens. O estilo adotado permite que a comicidade surja não somente do texto, mas da imagem e montagem, com muitas piadas visuais, introdução de imagens e fotografias no episódio que sustente ou contradiga os personagens. Há várias piadas que são construídas ao longo dos capítulos e até das temporadas, ou que são referenciadas antes de irem de fato ao ar. Tudo isso montado e sendo veiculado em apenas 22 minutos num fluxo muito veloz de informação.

---

<sup>48</sup> Séries com atores reais.

<sup>49</sup> O primeiro também foi o de Melhor Série de Comédia, em 1999, para a comédia dramática *Ally MacBeal* (1997-2002).

<sup>50</sup> Trilha de risada presente em grande parte de séries cômicas tradicionais, adicionadas para indicar ao público que o momento é “para rir”.

<sup>51</sup> *Arrested Development – Behind The Scenes Season 1*. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=PWSaG\\_hyj9E](https://www.youtube.com/watch?v=PWSaG_hyj9E)>. Acesso em: 10.06.18.

A série conta com um grande arco principal que perpassa todas as 3 temporadas – a tentativa de um dos filhos, Michael Bluth, de recuperar os negócios da família – e tem arcos por temporada, subordinados ao primeiro: na 1ª temporada o patriarca, George Sr. é preso por desviar dinheiro da *Bluth Company* e o filho Michael tenta reerguer os negócios da família e ao mesmo tempo mantê-los unidos; na 2ª temporada, George Sr. foge da prisão e vai para o México, enquanto Michael decide não mais ajudar a família, porém não consegue cortar os laços; e durante a 3ª temporada George Sr. está em prisão domiciliar e Michael tenta de uma vez por todas se afastar da família. Os personagens são todos – com exceção do protagonista e seu filho – inescrupulosos e não há tentativas da narrativa em fazê-los evoluir ou com que o público crie alguma empatia por eles.

À primeira vista, a estrutura de um episódio de *Arrested Development* produzido pela FOX cumpre o básico de uma comédia de situação, onde cada episódio gira em torno de um tema e os personagens vivem situações diversas relacionados a este, geralmente divididos em grupo. A unidade episódica está sempre atrelada ao arco principal (a tentativa de se reerguer em meio a ruína dos negócios da família) que pode ou não fazer com que a narrativa siga em frente.

Para ficar mais claro usaremos como exemplo o 10º episódio da 1ª temporada, “*Pier Pressure*”<sup>52</sup>: No início do episódio vemos George Michael apresentando sua nota (A-) em um teste da escola para o pai, Michael Bluth, que não demonstra muita empolgação. Em seguida sua prima, Maebly Fünke aparece para mostrar à mãe, Lindsay, sua nota (C-). Apesar do baixo resultado, Lindsay a elogia, já que esta sequer havia estudado para a prova e ainda assim conseguiu tirar um “C-“. As crianças saem de cena e os pais conversam entre si sobre a educação de seus filhos, discordando um do método de educação do outro. Então Lindsay, ao criticar a exigência exagerada de seu irmão para com o filho, o compara com o pai deles, que costumava lhes dar lições cruéis quando crianças. Em seguida é introduzido pelo narrador (Ron Howard) um *flashback* onde George Sr. usa um método pouco usual para ensinar aos seus filhos crianças que devem sempre deixar um bilhete na geladeira para lembrar aos pais de coisas comuns do cotidiano, como avisar para comprar leite. Nesta introdução, somos apresentados ao tema central do episódio: educação familiar. Então os personagens ao longo do episódio se dividem em suas jornadas em torno deste tema. Michael tenta corrigir a educação severa que dá ao filho lhe dando um dia livre dos estudos, mas ao pensar que ele está se

---

<sup>52</sup> Em português *Pressão do Alto* (tradução da Netflix).

envolvendo com drogas – o garoto pede ajuda do tio G.O.B. para comprar maconha, a pedido de seu outro tio, Buster –, volta atrás e arquiteta uma lição para George Michael aos moldes das que recebia quando criança. Enquanto Lindsay se esforça para ser mais enérgica com a filha Maeby e a coloca de castigo com a avó, Lucille Bluth, que por sua vez está tentando repreender Lindsay que no início do episódio se recusou a ajudá-la em suas contas para a auditoria da empresa. Ao final são todos surpreendidos com mais uma lição de George Sr. que deseja ensinar à Michael que este não deve ser tão rígido na educação de seu filho.

O episódio é construído tal qual em uma narrativa episódica, com história que começa e termina no mesmo episódio e, neste caso, ele pouco acrescenta ao arco principal – apenas o fato de Lucille estar perdida em meio às suas contas é que tem relação com o arco principal –, servindo apenas como fator de repetição dentro da série, para reafirmar as características disfuncionais da família. Entretanto servirá futuramente como gerador da comicidade do episódio *Making a Stand* (8º da 3ª temporada) onde os filhos se unem para dar uma lição no pai. Essa serialização de piadas e a tensão entre narrativa episódica e seriada é levada por todas as 3 temporadas da série veiculada pela FOX – e maximizada na 4ª temporada da Netflix. Tensão esta que, aliada ao texto repleto de referências e significados ocultos, faz Mittel categorizar *Arrested Development* como um exemplar de “narrativa complexa” (2006) em *sitcom*.

Em compensação esses mesmos elementos, que para os críticos conferiam “qualidade” à *Arrested Development* seriam também os culpados pelo seu fracasso comercial (PELEGRINI, 2012). Uma vez colocada dentro do bloco de programação do *Sunday Funday* da FOX, o que o espectador supostamente espera é uma comédia com a qual se familiarize e que apenas o faça rir naquele momento em que está assistindo. Entretanto, ao jogar com a tensão entre os formatos episódico e seriado, fragmentando os elementos cômicos, serializando as piadas e o uso de referências à episódios que ainda virão, ou até à elementos externos ao seu universo, a série acaba exigindo do espectador um certo grau de atenção ao qual geralmente ele não está disposto quando se trata de *sitcom* – diferente de dramas, à exemplo de *Lost*, contemporânea de *Arrested Development*, também veiculada em TV aberta e com os mesmos elementos “complexos”, porém por se tratar de uma narrativa dramática é levada mais “à sério”. Por exemplo, se esse espectador perde um episódio anterior, ou até mesmo um bloco anterior, ele pode simplesmente perder a comicidade. No episódio citado acima, se não assistimos o bloco inicial onde o narrador nos mostra o *flashback* de George Sr. ensinando seus filhos que

eles devem sempre deixar um bilhete, não entendemos ou achamos engraçado quando Maeby deixa um bilhete para sua vó no bloco seguinte, ou George Michael deixando um bilhete ao seu tio pedindo que compre maconha. Bem como o episódio *Making a Stand* perde metade de sua comicidade se não tivermos assistido à *Pier Pressure*. Um espectador casual não vai ver “graça” nesses fatos isolados, assistindo no fluxo televisivo, a não ser que seja um aficionado que depois vá à internet procurar por referências nos fóruns de discussão e debater com outros fãs<sup>53</sup>.

Diante disto, Christian Pelegrini defende que *Arrested Development* é uma série para a reassistibilidade (MITTEL, 2011). Direcionada a um nicho – o *nerd* que gosta de debater, criar teorias e que tem prazer em descobrir referências e estudar as diversas camadas do texto para encontrar as piadas escondidas –, a série estabelece “uma rede de sentidos e significados que demandam leituras outras” (PELEGRINI, 2012, p. 635). *Arrested Development* entrega ao espectador um número de informações textuais e visuais muito grande e em uma velocidade que o fluxo da televisão linear faz tudo se perder. Para o espectador de fato apreciar a comicidade da série necessitaria revisitar, rever ou até mesmo ir a outros textos que são referenciados nesta. Jenner acredita que o terreno fértil para *Arrested Development* se fez fora do fluxo televisivo (2014, p. 8). Foi através de DVDs e downloads ilegais que a série criou e aumentou sua comunidade de fãs e se ela foi um fracasso na grade da FOX, não se pode dizer o mesmo de seu desempenho em DVD<sup>54</sup>. Jenner afirma que

*Arrested Development* pode ser vista como parte de um movimento do início dos anos 2000 onde os boxes de DVD de séries de TV se tornaram mais populares e, em alguns casos, até pareciam substituir a experiência da grade agendada da televisão<sup>55</sup>. (2014, p. 8, tradução nossa)

---

<sup>53</sup> Um exemplo desta dedicação à destrinchar o texto de *Arrested Development* são os sites onde fãs compilam todas as piadas recorrentes da série, mostrando onde elas podem ser encontradas, onde elas começam e terminam e quando são referenciadas, para ajudar outros espectadores terem um melhor entendimento da narrativa: *Previously, on Arrested Development*: <http://apps.npr.org/arrested-development/>; *Recurring Developments*: <https://recurringdevelopments.com/>. E ainda os fóruns de discussão onde os fãs se reúnem para debater os episódios, personagens, dados de produção, criar outros conteúdos sobre a série e ainda disponibilizar informações para o público em geral: *Arrested Development Wiki*: <http://arresteddevelopment.wikia.com/d/f>; *R/ArrestedDevelopment*: <https://www.reddit.com/r/arresteddevelopment/>.

<sup>54</sup> Segundo Ryan (2005), o box de DVDs da 2ª temporada esteve no topo da lista de mais vendidos no site da Amazon por pelo menos uma semana, e o box da 1ª temporada entre os 40 mais vendidos, em 2005: [http://featuresblogs.chicagotribune.com/entertainment\\_tv/2005/10/theres\\_always\\_m.html](http://featuresblogs.chicagotribune.com/entertainment_tv/2005/10/theres_always_m.html).

<sup>55</sup> Original: *Arrested Development* can be viewed as part of a general movement in the early 2000s where DVD box sets of TV series became increasingly popular and, in some cases, even seemed to replace the scheduled television experience.

Verificamos que *Arrested Development* esteve na FOX em um período de transição, com a tecnologia proporcionada pela *multi-channel transition* se tornando mais popular e, nesta época, os dados da Nielsen ainda não consideravam a audiência que assistia a programação fora da grade dos canais, porém já era considerável o número de norte-americanos que possuía a tecnologia DVR em casa (CURTIN, 2009) e alguns suspeitam que o nicho de público atendido por *Arrested Development* era exatamente esse tipo de espectador, que preferia gravar seus programas<sup>56</sup>. Entretanto essa popularidade fora do fluxo não foi suficiente para sustentar a série na grade da FOX que foi cancelada ainda em sua 2ª temporada (reduzida para 18 episódios), retornando para uma 3ª temporada ainda mais curta (apenas 13 episódios) após protesto dos fãs<sup>57</sup>. Após negociações infrutíferas com o canal *premium* Showtime para um provável retorno<sup>58</sup>, sempre ficou no ar a possibilidade de um filme para encerrar a história dos Bluth, o que nunca aconteceu. Em compensação, após 7 anos de espera incerta, a família retornou mais uma vez em formato seriado para uma 4ª temporada ainda mais experimental na plataforma de *streaming* Netflix.

### III.II – *Fateful Consequences: A (semi) original*<sup>59</sup> Netflix

Bianchini e Souza identificam na prática inicial da Netflix, ao se lançar no mercado, uma série de estratégias já conhecidas na indústria e que geralmente são empregadas por empresas que estão se arriscando no mercado do entretenimento – tal como um dia fez a HBO –, seriam elas: expansão para o mercado internacional; “criação de um sistema para identificar regional e globalmente, atrair, avaliar, reter e expandir o

---

<sup>56</sup> RISPO, Vito. *The Fall of Arrested Development: Fox's Ultimate Marketing Failure*. Disponível em: <<http://www.adsavvy.org/the-fall-of-arrested-development-foxs-ultimate-marketing-failure/>>. Acesso em: 12.06.18.

<sup>57</sup> A série foi cancelada ainda em sua 2ª temporada, porém os fãs fizeram grande campanha para que a série ao menos tivesse um final. O site SaveOurBluths.Org foi criado e mantido e os fãs mandaram cartas e até caixas de bananas – em referência à barraca de venda de bananas, mantida pela família Bluth na série – foram enviadas à FOX. Com isso o canal trouxe *Arrested Development* para sua última temporada na televisão em 2005-2006: [http://featuresblogs.chicagotribune.com/entertainment\\_tv/2005/10/theres\\_always\\_m.html](http://featuresblogs.chicagotribune.com/entertainment_tv/2005/10/theres_always_m.html). Acesso em: 12.06.18.

<sup>58</sup> Mitch Hurwitz Explains Why 'Arrested Development' Didn't Jump to Showtime When Fox Canceled It in 2006. Vulture, 2013. Disponível em: <<http://www.vulture.com/2013/01/mitch-hurwitz-explains-why-arrested-development-didnt-jump-to-showtime-when-fox-canceled-it-in-2006.html>>. Acesso em: 12.06.18.

<sup>59</sup> “(semi) original” é a maneira como a Netflix apresenta *Arrested Development*, colocando sempre o termo na cartela de abertura dos episódios. Supomos que seja pelo fato da série não ter sido iniciada pela plataforma de *streaming* e dividir os direitos de distribuição e comercialização das 3 primeiras temporadas com a *20th Television*, distribuidora dos estúdios da FOX.

número de assinantes”<sup>60</sup> (2017, p. 2424, tradução nossa); e, a que nos interessa neste tópico, o objetivo de criar conteúdo que seja capaz de atingir um público diversificado, variados segmentos e que seja validado tanto por “instâncias consagradas”<sup>61</sup> (2017, p. 2424, tradução nossa) – críticos e especialistas da área do entretenimento – quanto por determinados nichos de público (comunidades de fãs).

Esta última conseguimos associar ao discurso do serviço de *streaming* ao escolher resgatar *Arrested Development*. Ted Sarandos e Cindy Holland (chefe e vice-chefe de programação da Netflix, respectivamente) afirmam que trazer a série de volta fazia sentido para eles pois as três primeiras temporadas já estavam em seu acervo – tanto em DVD como posteriormente via *streaming* – há bastante tempo e eles tinham conhecimento do apelo cult da série e que uma forte base de fãs havia se formado, boa parte consumindo as temporadas através do seu serviço (ROSE, 2013). A Netflix usa isso a seu favor e ressuscita *Arrested Development* na mesma época em que debutava no campo da produção de ficção seriada. A escolha pela série – além de *House of Cards* e *Orange Is The New Black* – transparecia uma clara intenção da empresa em buscar uma audiência segmentada (SILVA, 2014b) e de ao mesmo tempo conquistar o reconhecimento das esferas que validassem sua posição no campo da produção (críticos e produtores). No caso de *Arrested Development* isso se fazia mais forte por se tratar de uma série que já possuía um público formado e que adquiriu um status “cult” após o cancelamento, bem como já havia conquistado a crítica quando esteve no fluxo televisivo.

Essa tentativa de atingir e chamar um nicho específico para assinar o serviço de *streaming* esteve presente em toda a estratégia de marketing de lançamento da 4ª temporada. Voltada especialmente para quem já conhecia a série, a Netflix se valeu de elementos que faziam parte da mística de *Arrested Development* para chamar os fãs, com cartazes minimalistas contendo imagens do universo da série, em um claro apelo nostálgico (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2017). Além das convencionais estratégias de marketing – *tour* do elenco e produtores por diversas cidades, entrevistas para revistas e sites, etc – a Netflix fez uma grande divulgação pela internet, lançou contas oficiais nas redes sociais e, um pouco antes do lançamento da temporada no portal, incentivou maratonas das temporadas anteriores, tanto para os fãs – que de acordo com Jenner (2014)

---

<sup>60</sup> Original: the creation of a system to regionally and globally identify, attract assess, retain, and expand subscribers.

<sup>61</sup> Original: consecration instances.



era um público já familiarizado com esse tipo de espetatorialidade –, como para conquistar novos espectadores<sup>62</sup>.

A 1ª versão da 4ª temporada de *Arrested Development* foi lançada no dia 26 de maio de 2013, tendo os 15 episódios disponibilizados em uma única vez. No serviço de *streaming*, os episódios não mantem um padrão de duração, eles variam entre 25 a 35 minutos. Além disso, a série que já era conhecida por sua linguagem experimental, subverte mais uma vez seu estilo narrativo apresentando na Netflix uma temporada onde a tensão entre formato episódico e seriado fica mais forte. Diferente das 3 primeiras temporadas, a 4ª apresenta cada episódio focado em um membro diferente da família, promovendo cada um ao status de protagonista, como podemos ver a partir da abertura da série onde na FOX o narrador apresentava: “está é a história de uma família rica que perdeu tudo e de um filho que não teve escolha a não ser mantê-los unidos. É *Arrested Development*”<sup>63</sup> (tradução nossa), se referindo a Michael (Jason Bateman) como o protagonista. Já na temporada da Netflix a abertura narrada muda a cada episódio, se referindo ao personagem que será protagonista naquele: “Agora a história de uma família que teve o futuro abruptamente cancelado e de um filho que não teve escolha senão insistir em ter um futuro. É o *Arrested Development* de G.O.B.”<sup>64</sup> (4ª temporada, 7º episódio, tradução Netflix). Assim, temos na 4ª temporada um formato episódico, mas que também conta com arco seriado, que une as histórias de cada personagem criando uma narrativa em multiperspectiva (SILVA, 2014b).

A quarta temporada tem como intenção principal mostrar o que aconteceu na vida dos Bluth durante os 6 anos de cancelamento da série, que diegeticamente se passa entre 2006, com o roubo do navio *Queen Mary* – na *series finale* da FOX (*Development Arrested*, 3ª temporada, 13º episódio) – e o feriado de *Cinco de Cuatro*, em maio de 2012. Neste período a família disfuncional se separou e cada um foi tentar se reerguer após a queda da matriarca e é em torno de cada uma das trajetórias desses personagens que se constrói cada episódio. A diferença principal da série na Netflix para a série na FOX gira em torno de 3 características: tensão mais forte entre os arcos episódicos – cada um focado

---

<sup>62</sup> Através das contas oficiais da série nas redes sociais foi lançada a #Bananathon, maratona das primeiras temporadas de *Arrested Development*, com a intenção de preparar o público para a estréia da 4ª temporada: <https://www.facebook.com/ArrestedDevelopment/photos/a.241134182699761.1073741825.213663452113501/243303552482824/?type=3&permPage=1>.

<sup>63</sup> Original: Now the story of a wealthy family who lost everything. And the one son who had no choice but to keep them all together. It's *Arrested Development*.

<sup>64</sup> Abertura referente ao episódio dedicado à Gob (Will Arnett). Original: Now the story of a family who's future was abruptly cancelled and the one son who had no choice but to keep himself together. It's Gob's *Arrested Development*.

em um personagem – e o arco seriado multiperspectiva, em que vários eventos são contados dos diversos pontos de vista, sempre revelando algo novo a cada um deles; o tempo cíclico da narrativa, pois a história não anda pra frente nem pra trás, mas está sempre circulando dentro do mesmo espaço temporal – os 6 anos de *hiatus* dos Bluth; e a duração dos episódios, que não tem um limite padrão e oscila entre 25 e 35 minutos (SILVA, 2014b; SOUZA; BIANCHINI, 2017).

Diferente das temporadas anteriores onde os episódios seguiam uma estrutura em que os personagens se dividiam em suas aventuras em torno de um tema em comum, na 4ª temporada o tema de cada episódio é a vida de um dos personagens, assumindo esse formato, à primeira vista, episódico. Porém, em determinados pontos da narrativa são mostrados eventos que se repetem em outros capítulos, formando um arco seriado onde as histórias dos personagens se cruzam. Em suma, a estrutura de *Arrested Development* na Netflix se divide entre 9 histórias que são cruzadas por diversos eventos, dos quais destacamos os principais<sup>65</sup> em ordem cronológica: roubo do navio *Queen Mary* e a consequente prisão da matriarca Lucille Bluth; reunião da família na cobertura de Lucille em razão da despedida de George Michael que está indo para a faculdade; a noite no *Century Plaza* onde ocorrem outros 3 eventos simultâneos – a performance do mágico Tony Wonder (Ben Stiller), a premiação dos Opies e o anúncio da candidatura de Herbert Love (Terry Crews); e a festa do feriado de *Cinco de Cuatro*. Todos esses eventos estão dispersos entre os episódios da 4ª temporada e, como notam Bianchini e Souza, tanto os pontos iniciais e finais da ordem cronológica da narrativa (roubo do *Queen Mary* em 2006 e festa do *Cinco de Cuatro* em 2012) são apresentados no primeiro episódio da temporada da Netflix, *Flight the Phoenix* (2017, p. 2648). Ainda que o próprio *showrunner* aconselhe o público a assistir os episódios na ordem de lançamento<sup>66</sup>, a disposição dos eventos dentro da série permite que o espectador passeie por eles de forma livre.

Para Silva (2014b), esse estilo adotado na narrativa da 4ª temporada, é uma versão mais radical do que a série já utilizava em suas primeiras temporadas e exige do espectador um novo esforço cognitivo. Por exemplo, o evento de despedida de George Michael para a faculdade, só se revela no episódio 13 (*It Gets Better*), porém ele aparece

---

<sup>65</sup> Escolhemos abordar aqui os acontecimentos que julgamos mais importantes, levando em consideração a quantidade de personagens envolvidos e as mudanças que esses eventos causam na vida desses personagens, movimentando a história.

<sup>66</sup> Mitch Hurwitz Explains His *Arrested Development* Rules: Watch New Episodes in Order, and Not All at Once. Vulture, 2013. Disponível em: <[http://www.vulture.com/2013/05/mitch-hurwitz-dont-binge-watch-arrested-development.html?utm\\_source=feedburner&utm\\_medium=feed&utm\\_campaign=Feed%3A+nymag%2Fvulture+%28Vulture++nymag.com%27s+Entertainment+and+Culture+Blog%29](http://www.vulture.com/2013/05/mitch-hurwitz-dont-binge-watch-arrested-development.html?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+nymag%2Fvulture+%28Vulture++nymag.com%27s+Entertainment+and+Culture+Blog%29)>. Acesso em: 20.06.18.

desde a *season premiere*, primeiro apenas com Michael, Lucille e George Sr. presentes em quadro. Logo mais, ainda no mesmo episódio, é revelado que o advogado da família, Barry Zuckerkorn (Henry Winkler), também está no recinto e ao longo da temporada, a cada episódio vai se revelando que os demais personagens também estão presentes e que se trata de uma reunião familiar. Quando pensamos em tal estrutura no fluxo televisivo, fica difícil de imaginar como acompanhar esta construção. Porém, dentro da Netflix, ainda que seja dispensado o uso de ferramentas como recapitulação de episódios e que o espectador passe dias sem assistir, é possível rever e voltar quantas vezes quiser para compreender e relembrar os acontecimentos.

Nesse mesmo sentido, concordamos com Jenner quando a autora afirma que a Netflix alia seu discurso à cultura do DVD (2014, p. 9), uma vez que a empresa surgiu como locadora e acompanhou o crescimento e popularização do hábito de consumir séries fora do fluxo de forma mais aficcionada através dos discos digitais. A nova linguagem de *Arrested Development* vem pronta para atender este espectador que supostamente irá consumir a série em *binge-watching* ou o fã que irá não só assistir em uma maratona, mas irá pausar, retornar e tentar desvendar os detalhes e montar o quebra-cabeça da 4ª temporada. A Netflix se utilizou de uma série conhecida, que já tinha o reconhecimento da mídia e da crítica e com uma base de fãs acostumada à prática de reassistir e pormenorizar a narrativa da série, como num esforço de “ensinar” as pessoas a assistirem às produções do serviço de *streaming* (2014, p. 8).

A escolha por focar uma unidade episódica em um personagem diferente, se deve em parte ao fato de na época das gravações da temporada, os atores estarem com agendas diferentes e pouco se encontraram para gravar episódios juntos. E também a uma escolha estilística do *showrunner*, Mitchell Hurwitz, que aproveitou a limitação logística para adequar o texto da série ao formato de espectadorialidade proporcionado pelo ambiente não-linear da Netflix. O roteirista afirma estar ciente que os fãs de *Arrested Development* são pessoas que certamente gostariam de consumi-la toda de uma vez e, devido a Netflix possibilitar e encorajar o *binge-watching*, ele escolheu abraçar esta inovação na construção narrativa (RADISH, 2013). Assim, levando em conta o modelo de espectadorialidade proporcionado pela distribuição via internet e o público da série já conhecido por consumi-la fora do fluxo e reassistir várias vezes a fim de destrinchá-la, a 4ª temporada vem recheada de elementos a serem investigados e parece ter sido feita para atender essa necessidade de ver, rever, voltar e avançar na história para entender as referências e as piadas e assim o espectador construir o texto da série da forma que achar

melhor. Como afirma Jenner (2014), a nova temporada aparenta estar ciente deste comportamento do público, até porque a própria Netflix possui ferramentas capazes de identifica-lo e pode responder a ele no formato que produz e distribui suas séries. Com isso vemos uma nova *Arrested Development*, onde a interação do espectador com a internet (SILVA, 2014b) e o formato de distribuição do meio não-linear influi diretamente na produção da ficção seriada (BIANCHINI; SOUZA, 2017).

A despeito de toda essa inovação em sua estrutura narrativa, diferente das 3 primeiras temporadas feitas para a FOX – que foram sucesso de crítica e receberam elogios de forma quase unânime – a 4ª temporada teve recepção mista, tanto dos fãs quanto da imprensa especializada<sup>67</sup>. Muitos reclamavam a falta que fazia para a dinâmica da série os Bluth não aparecerem juntos nos episódios, e o andamento “lento” e “confuso” da história por conta de sua característica de não andar para frente, mas girar em torno dos mesmos eventos e sempre dentro do mesmo espaço temporal. A temporada também não trouxe o aumento no número de assinantes esperado para a Netflix (JENNER, 2014, p. 7), o que talvez tivesse frustrado a empresa e os produtores da série. Mas isso não resultou em um cancelamento – como ocorrera na FOX. Ao contrário, a série foi renovada para uma 5ª temporada, cuja primeira metade dos episódios foi lançada no dia 29 de maio de 2018.

Porém, ainda antes desta, Mitchell Hurwitz decidiu lançar um *remix* da 4ª temporada que aqui apresentamos, dessa vez retornando à antiga estrutura já conhecida do público na FOX. No dia 04 de Maio de 2018 (fazendo alusão ao fictício feriado de *Cinco de Cuatro*) a Netflix disponibilizou aos assinantes uma nova versão intitulada *4ª Temporada Remix: Consequências Fatais*<sup>68</sup>, reeditada de forma cronológica e não mais com um episódio para cada personagem, nesta versão temos todos (ou quase todos) os personagens aparecendo nos episódios e suas histórias se entrelaçando da forma que provavelmente teria sido veiculada pela FOX caso a série continuasse no ar àquela

---

<sup>67</sup> Alguns dos veículos especializados, que outrora elogiaram *Arrested Development*, tiveram reações diversas acerca da 4ª temporada. Alguns deles: “*Arrested Development: why Netflix’s revival failed*: <https://www.thedailybeast.com/arrested-development-why-netflixs-revival-failed>; ‘*Arrested Development*’ Season 4 review: A chore to watch and a delight to decrypt”: [https://www.washingtonpost.com/entertainment/tv/arrested-development-season-4-review-a-chore-to-watch-and-a-delight-to-decrypt/2013/05/29/d0480f3e-c7cf-11e2-8da7-d274bc611a47\\_story.html?noredirect=on&utm\\_term=.4b395a9462af](https://www.washingtonpost.com/entertainment/tv/arrested-development-season-4-review-a-chore-to-watch-and-a-delight-to-decrypt/2013/05/29/d0480f3e-c7cf-11e2-8da7-d274bc611a47_story.html?noredirect=on&utm_term=.4b395a9462af); Matt Zoller Seitz’s 10 Best TV Shows of 2013: <http://www.vulture.com/2013/12/matt-zoller-seitzs-10-best-tv-shows-of-2013.html>.

<sup>68</sup> Original: Season 4 Remix: Fateful Consequences.

época<sup>69</sup>. No anúncio feito pelo *showrunner*, ele afirma que reeditou visando uma nova forma de comercializar a série:

(...) Mas entre a 4ª e a próxima 5ª temporada eu tive tempo de pegar essa história no estilo *Rashomon* e reeditá-la - embaralhando o conteúdo das 15 histórias individualizadas em 22 histórias entrelaçadas na duração da série original - como um experimento para descobrir... Eu acho que "se eu pudesse ganhar algum dinheiro". Digo, quem eu estou enganando, eu quero sindicalizar isto eventualmente.<sup>70</sup> (HURWITZ, 2018, tradução nossa)

No dia 04 de maio esta nova versão ficou disponível para os assinantes do serviço de *streaming* e, dessa vez com 22 episódios, todos com 22 minutos de duração. E embora tivesse sido anunciada apenas como um experimento, a nova temporada substituiu a antiga no menu de episódios da série. A versão original foi colocada na sessão de “extras” e a reedição ficou em seu lugar como a 4ª temporada oficial, inclusive algumas referências, que surgiram apenas na reedição, são retomadas na 5ª temporada – reafirmando que a partir de agora se deve levar em consideração na narrativa os fatos apresentados no remix. Por exemplo, ao final do 22º segundo episódio da nova edição, vemos que George Sr. passar a viver como mulher, um acontecimento que tem sua origem ainda na antiga estrutura, no 6º episódio da antiga 4ª temporada, onde o Dr. Norman (John Slattery) noticia George Sr. de seu baixo nível de testosterona e alto de estrogênio. Este episódio foi disponibilizado na Netflix ainda em 2013, antes de Jeffrey Tambor dar vida à sua personagem transgênero na série *Transparent* (Amazon, 2014-presente). No remix, este evento é utilizado para criar uma das típicas piadas de *Arrested Development* que fazem referência a acontecimentos externos à diegese, sendo adicionado à história, apenas com o recurso da narração de Ron Howard, o fato de que George Sr. agora “vive como uma mulher” no antigo apartamento da família – e depois esta piada é retomada na 5ª temporada.

---

<sup>69</sup> É impossível afirmar como teria sido uma 4ª temporada na FOX, porém supomos aqui que teria seguido a estrutura narrativa daquela época. E ainda ressaltamos que a reedição da 4ª temporada da Netflix retorna ao formato das 3 primeiras temporadas devido apenas ao esforço de montagem do material filmado e a adição de uma nova narração de Ron Howard aos episódios, algumas diferenças ainda se mantem uma vez que a 4ª temporada foi escrita e gravada para seguir o estilo proposto em seu primeiro lançamento.

<sup>70</sup> Original: But in between season 4 and this upcoming season 5 I had time to take that Rashomon-type story and recut it - shuffling the content from 15 individualized stories into 22 interwoven stories the length of the original series - as an experiment to find out, well... I guess "if I could make some money." I mean who am I kidding, I what this thing to syndicate eventually. Disponível em: <<https://twitter.com/arresteddev/status/991361672605523971>>. Acesso em: 20.06.18.

São acrescentadas ainda algumas novas imagens de arquivo, outras cenas que haviam sido cortadas da edição original, novas piadas, porém nada que mude drasticamente a trajetória dos personagens e o arco principal da série. As reais diferenças significativas em relação à antiga temporada são: o estilo de montagem e estrutura seriada, onde agora temos 22 episódios com 22 minutos, inclusive com pausas dentro dos episódios, onde eventualmente podem entrar comerciais caso a temporada venha a ser veiculada em TV aberta; a nova narração de Ron Howard, que insere novas piadas e referências; e a estrutura narrativa que, como já dito, retoma o ritmo ágil na entrega das informações ao espectador – o que já havíamos testemunhado nas temporadas da FOX –, colocando as histórias de cada personagem, antes individualizadas, se entrelaçando em todas as unidades episódicas. Aqui voltamos a ter um tema em cada capítulo em torno do qual os personagens se movimentam, reiterando nosso argumento de que, para além das limitações logísticas em relação à agenda do elenco, a maneira escolhida para contar a história na primeira versão da 4ª temporada estava diretamente atrelada ao então novo modelo de distribuição apresentado pela Netflix.

Através destas mudanças em *Arrested Development* visualizamos como as diferentes estratégias da Netflix são empregadas em suas séries originais. Ainda que se deva levar em consideração o caráter experimental do objeto de estudo – que já possuía uma linguagem diferente para o ambiente no qual era veiculada –, que possibilita que novas abordagens sejam feitas em sua narrativa, é interessante enxergar na escolha da Netflix em trazer *Arrested Development* de volta, tanto o discurso da distinção (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2016), onde a empresa nitidamente mira em uma audiência segmentada ao fazer retornar uma série cultuada por um nicho de público; o apelo à nostalgia (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2017), visível na estratégia de marketing da série que se volta em sua maior parte aos fãs que se formaram ao longo dos anos após o cancelamento; e também na escolha por retomar a antiga estrutura que fora motivo de elogio, premiação e o já citado “culto” por parte da base de fãs, como podemos notar nas recentes propagandas para a 5ª temporada, onde há um esforço em deixar claro para o espectador que dessa vez os Bluth estarão de volta “todos juntos”<sup>71</sup>, remetendo à antiga estrutura narrativa das três primeiras temporadas onde a história se desenvolvia no mesmo ritmo para todos. O remix da 4ª temporada acaba funcionando também de maneira a deixar a narrativa da série mais uniforme e causar menos estranhamento para um

---

<sup>71</sup> *Arrested Development - Season 5 | Official Trailer [HD] | Netflix*: Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=gXg2\\_yExgVY](https://www.youtube.com/watch?v=gXg2_yExgVY)>. Acesso em: 22.06.18.

eventual novo espectador, pois este terá contato com uma 4ª temporada cuja estrutura se assemelha mais à série da FOX e a nova 5ª temporada. Ainda que sejam visíveis diferenças, uma vez que mesmo com a re-edição esta temporada não foi escrita e concebida para a estrutura cronológica, ela prepara tanto o novo espectador quanto o antigo, que agora pode desfrutar de uma construção narrativa que não se diferencia demais entre as temporadas.

## CONCLUSÃO

Nos propusemos a entender neste trabalho o percurso da narrativa seriada enquanto estratégia de mercado e sua utilização para fidelizar o consumidor/espectador, o que vimos ser uma prática comum desde o século XIX com os folhetins. Expomos como a ficção serializada foi se reconfigurando a fim de acompanhar as demandas de mercado que surgiam à medida que a tecnologia avançava, complexificando as relações com o público, seja nos jornais, no rádio ou posteriormente na TV. Nesta última, as narrativas seriadas, que eram inicialmente direcionadas a um público desprovido de autonomia em relação ao que assistia, foram se readaptando em um cenário mais competitivo para atender um espectador mais exigente e autônomo. Os diferentes modelos de serialização que surgem na televisão demonstram o quanto o formato seriado pode ser explorado e reinventado para fins comerciais.

Da passagem da *network era*, onde o principal “cliente” dos canais eram os patrocinadores e o espectador apenas “refém” das decisões arbitrárias das grades de programação televisiva; para a *multi-channel transition*, momento em que, com novas possibilidades tecnológicas e a emergência de outras opções de canais, o espectador começa a “aparecer” para as emissoras, que por sua vez passam a pensar em estratégias de manutenção e conquista de público; até a chegada da *post-network era*, onde agora a concorrência está muito mais acirrada e o público bem mais fragmentado e cada vez mais livre do engessamento das grades da TV linear. Ainda que com todas essas transformações um modelo jamais tenha sido completamente suplantado pelo outro, é interessante perceber como os discursos e comportamentos dos canais foram se adaptando e seus diferentes posicionamentos no mercado refletiram na construção das ficções seriadas televisivas. Os canais entram em uma corrida constante para criarem e consolidarem suas marcas, assim surgem os discursos de distinção, os dramas de prestígio, a TV de qualidade, as “narrativas complexas”, as produções voltadas à nichos específicos, o apelo à nostalgia e o retorno à formatos de sucesso, tudo em prol de garantir e fidelizar esta audiência que se tornou mais fragmentada e que tem disponível diversas formas de acesso ao conteúdo serializado da televisão.

Com isso, justificamos a escolha do objeto de estudo por compreendermos que *Arrested Development* é uma série que esteve no meio dessas transformações e viu sua estrutura narrativa ser modificada a fim de atender as diferentes demandas do mercado. A série esteve no ar, na TV aberta, em meio a este período de transição entre *multi-*



*channel transition* e *post-network era*, com uma estrutura narrativa já considerada experimental para o meio linear e efêmero da TV aberta, não obteve sucesso comercial neste modelo econômico, mas a despeito do fracasso no fluxo televisivo, encontrou certo sucesso nas vendas dos boxes de DVDs que viviam um momento de popularização no início dos anos 2000. A série retorna após 7 anos de cancelamento em um outro momento da televisão americana e agora fora do engessamento da grade da TV linear, e em um novo veículo de produção e distribuição, a Netflix, tendo sua estrutura narrativa readaptada para o consumo em *binge-watching* e para a liberdade que o espectador tem de “auto-agendar” sua programação.

Através da análise das mudanças na estrutura narrativa de *Arrested Development*, podemos observar não só os diferentes comportamentos que os variados modelos econômicos da televisão americana são capazes de adotar, mas também a flexibilidade dos serviços de *streaming*, especialmente a ainda experimental Netflix, cuja atuação no campo da produção seriada, desde a estreia da 1ª versão da 4ª temporada da série, aumentou significativamente e podemos dizer que já vive outro momento, em que arrisca menos e assim como os canais tradicionais de TV, também opta por repetir formatos e estruturas que são considerados maior garantia de sucesso. A própria *Arrested Development*, ainda que seja voltada para um público de nicho, viu sua narrativa se readaptar e depois voltar ao formato anterior – que já havia sido sucesso de crítica na FOX –, expondo as fragilidades da Netflix que por um lado se coloca em posição de vantagem em relação a televisão tradicional, mas por outro se vê refém de um mercado competitivo onde arriscar nem sempre garante retorno comercial.

Em suma, o que tentamos expor neste trabalho é que em meio a tantas transformações na indústria e as novas experiências proporcionadas pela tecnologia, ainda assim um modelo não suplantou o outro completamente e a narrativa seriada continua se fazendo presente como estratégia de mercado. E assim como os modelos econômicos se reformulam, as narrativas também, para se adaptar não só ao meio tecnológico, mas às expectativas mercadológicas. E esta característica flexível, inerente à televisão, se refletiu na própria confecção deste trabalho que se deparou com essas mudanças. Enquanto analisávamos o objeto de estudo dentro de uma perspectiva, a Netflix lançou o remix da 4ª temporada, nos surpreendendo e colocando o objeto de estudo inicial em segundo plano – a temporada que analisávamos deixou de ser a temporada oficial da série.

A Netflix veio e adaptou o modelo de serialização à sua proposta de distribuição, e certamente já é um marco para a consolidação da televisão não-linear, fazendo com que a TV tradicional começasse a pensar em novas estratégias a fim de competir com este novo modelo. Porém, o serviço de *streaming* não fez o anterior desaparecer, ao contrário, trabalha com diversas propostas e ao mesmo tempo que tenta inserir sua marca de distinção, também trabalha com modelos já consolidados na TV aberta e fechada americana. Por fim, pretendemos com este trabalho contribuir para futuras reflexões acerca deste complexo cenário que é a televisão americana, bem como sobre as ainda recentes incursões da Netflix e demais serviços de *streaming* no âmbito da produção seriada, com a ciência de que ainda é cedo para se afirmar que existe um padrão narrativo para estes novos modelos televisivos, porém que certamente estamos testemunhando um novo marco que está reverberando não só na economia política da TV americana, mas à nível mundial.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADALIAN, Josef.; FERNANDEZ, Maria Elena. **The Business of Too Much TV**. In: Vulture. 2016. Disponível em: <http://www.vulture.com/2016/05/peak-tv-business-c-v-r.html>.

AKASS, K.; MCCABEE, J. (eds) **Quality TV: Contemporary American Television and Beyond**. Londres: I.B.Tauris, 2007.

ARAÚJO, João E. S.; BIANCHINI, Maíra. **No business like show business: uma cartografia dos sistemas de distribuição de séries televisivas nos Estados Unidos**. In: Revista Geminis, v. 8, p. 113-135, 2017.

BALOGH, Anna Maria. **Sobre o conceito de ficção na TV**. In: XXV Congresso brasileiro de ciências da comunicação. Salvador. 2002.

BARBERO, Jesus Martín. **Dos Meios às Mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2a edição, 2001.

BARBOSA, Fernando da Silva. **A produção independente de webséries pela perspectiva multiplataforma da televisão digital e internet**. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2013.

BAREFOOT, Guy. **Who watched that masked man? Hollywood's serial audiences in the 1930S**. In: Historical Journal of Film, Radio and Television. v. 31, n. 2, p. 167-190, 2011.

BARKER, Cory; WIATROWSKI, Myc (Ed.). **The Age of Netflix: Critical Essays on Streaming Media, Digital Delivery and Instant Access**. Jefferson: McFarland & Company, Inc., Publishers, 2017.

BELLAMY, Robert V.; MCDONALD, Daniel G.; WALKER, James R. **The spin-off as television program form and strategy**. In: Journal of Broadcasting & Electronic Media, 34:3, 283-297, 1990.

BIANCHINI, Maíra; SOUZA, M. C. J. **Netflix and Innovation in Arrested Development's Narrative Construction**. In: BARKER, Cory; WIATROWSKI, Myc (Ed.). The Age of Netflix: Critical Essays on Streaming Media, Digital Delivery and Instant Access. Jefferson: McFarland & Company, Inc., Publishers, 2017, p. 98-119 (Kindle).

\_\_\_\_\_, Maíra. **A Netflix no Campo das Produtoras e Distribuidoras de Séries Televisivas e o Caso de Arrested Development**. In: I Congresso TeleVisões, 2017, Niterói, RJ. Anais do I Congresso TeleVisões, 2017.

BOURDAA, Melanie. **Quality television: construction and de-construction of seriality**. In: PÉREZ-GÓMEZ, Miguel A. (Ed.). Previously On. Interdisciplinary studies on TV series in the third golden age of television. Biblioteca de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, Sevilla, p. 33-44, 2011.

BUSETTO, Áureo. **Relações entre TV e o poder político: dados históricos para um programa de leitura dos produtos televisivos no ensino e aprendizagem.** PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO DA UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA. Núcleos de Ensino, 2005.

CALABRESE, Omar. **A Idade Neobarroca.** Lisboa: Edições 70, 1987.

CARNAVAL, Maria Lúcia Zamprogno Pereira. **“Where you lead, I will follow”:** Uma análise da ficção seriada original da Netflix com base no revival de *Gilmore Girls*. Monografia (Graduação em Estudos de Mídia). Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, 2017.

CASTELLANO, Mayka. **“I do marathons (on Netflix)”:** as práticas dos fãs nas novas formas de ver e compartilhar TV. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), Rio de Janeiro, 2015.

\_\_\_\_\_, Mayka; MEIMARIDIS, Melina. **Netflix, discursos de distinção e os novos modelos de produção televisiva.** In: Contemporanea, UFBA, v. 14, n. 1, 2016.

\_\_\_\_\_, Mayka; MEIMARIDIS, Melina. **Produção Televisiva e Instrumentalização da Nostalgia: O Caso Netflix.** In: Revista Geminis, São Carlos, UFSCar, v. 8, n. 1, p. 60-86, jan./abr. 2017.

CURTIN, Michael. **Matrix media.** In: TAY, J.; TURNER, G. (eds) *Television Studies after TV: Understanding Television in the Post-Broadcast Era.* Londres: Routledge, pp. 9–19.

\_\_\_\_\_, Michael; HOLT, Jennifer; SANSON, Kevin. **Distribution Revolution: Conversations about the Digital Future of Film and Television.** Oakland: University of California Press, 2014.

ECO, Umberto. **A inovação no seriado.** In: *Sobre os espelhos e outros ensaios.* Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.

GRANDINETTI, Justin. **From Primetime to Anytime: Streaming Video, Temporality and the Future of Communal Television.** In: BARKER, Cory; WIATROWSKI, Myc (Ed.). *The Age of Netflix: Critical Essays on Streaming Media, Digital Delivery and Instant Access.* Jefferson: McFarland & Company, Inc., Publishers, 2017, p. 11-30 (Kindle).

HAGEDORN, Roger. **Doubtless to be continued: A brief history of serial narrative.** In ALLEN, R.(ed) *To Be Continued... Soap Operas Around the World.* London/New York, p. 27-48, 1995.

HAYWARD, Jennifer. **Consuming Pleasures: Active Audiences and Serial Fictions from Dickens to Soap Operas.** Kentucky: University Press of Kentucky, 1997.

HILLS, Matt. **From The Box in The Corner to The Box in The Corner of The Box Set On the Shelf.** In: *New Review of Film and Television Studies*, v. 5, n.1, p. 41-60, 2007.

HILMES, Michele. **Only Connect: A Cultural History of Broadcasting in the United States**. Third Edition, Belmont, Califórnia, 2011

JANNUZZI, Felipe. **Panorama da distribuição do conteúdo audiovisual no Brasil e as suas janelas: estudo de caso da Netflix**. Monografia (especialização em Comunicação Digital). Universidade de São Paulo, Escola de Comunicação e Artes. São Paulo, 2012.

JARAMILLO, Deborah. **The Family Racket: AOL Time Warner, HBO, The Sopranos, and the Construction of a Quality Brand**. In: *Journal of Communication Inquiry*, v. 26 n. 1, p.59-75, 2002.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JENNER, Mareike. **Is this TVIV? On Netflix, TVIII and binge-watching**. In: *New Media & Society*, p. 1-17, 2014.

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

KELSO, Tony. **And now no word from our sponsor: How HBO puts the risk back into television**. In LEVERETTE, Marc; OTT, Brian L.; BUCKLEY, Cara Louise (ed.) *It's not TV: Watching HBO in the post-television era*. New York: Routledge, p. 46-64, 2008.

KOMPARE, Derek. **Publishing Flow: DVD Box Sets and the Reconceptation of Television**. In *Television & New Media*, v. 7, n. 4, p. 335-360, 2006.

KULESZA, Juliana; DE SANTI BIBBO, Ulysses. **A televisão a seu tempo: Netflix inova com produção de conteúdo para o público assistir como e quando achar melhor, mesmo que seja tudo de uma vez**. In *Revista de Radiodifusão*, v. 7, n. 08, 2014.

LEVERETTE, Marc; OTT, Brian L.; BUCKLEY, Cara Louise (ed.) **It's not TV: Watching HBO in the post-television era**. New York: Routledge, 2008.

LOTZ, Amanda. **The television will be revolutionized**. Nova Iorque, NYU Press, 2007.

\_\_\_\_\_, Amanda. **Portals: A Treatise on Internet-Distributed Television**. Ann Arbor, Michigan: Michigan Publishing, 2017.

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas e pós-cinemas**. Campinas: Papirus, 1997.

\_\_\_\_\_, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2002.

MAGDER, Ted. **The End of TV 101: Reality Programs, Formats, and the New Business of Television**. In. MURRY, Susan; OUELLETTE, Laurie (Ed.) *Reality TV: remaking television culture*. New York: New York University Press, p. 137-156, 2004.

MEIMARIDIS, Melina. **A Indústria das Séries Televisivas Americanas**. In: *Culturas Midiáticas*, ano X, v. 18, p. 1-16, UFPB, 2017a.

\_\_\_\_\_, Melina. **Televisão ontem, hoje e amanhã: uma análise das reconfigurações do meio televisivo nos Estados Unidos**. In: I Congresso TeleVisões, 2017, Niterói, RJ. Anais do I Congresso TeleVisões, 2017b.

NERI, Jéssica. **Mais complexo ou menos cômico? A complexidade narrativa aplicada à criação de personagens nas novas sitcoms**. Culturas Midiáticas, v. 8, p. 46-59, 2015.

MITTELL, Jason. **Narrative complexity in contemporary American television**. In: Velvet Light Trap, v.58, p. 29-40, 2006.

\_\_\_\_\_, Jason. **Television and American Culture**. Oxford University Press, USA, 2009.

\_\_\_\_\_, Jason. **Notes on Rewatching**. In: JusTV. Janeiro de 2011. Disponível em: <https://justtv.wordpress.com/2011/01/27/notes-on-rewatching/>.

MORAES, Rafael. **Consumo e espectralidade de séries de televisão feitas para o streaming**. Monografia (graduação em Cinema e Audiovisual) – Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, 2016.

NADAF, Yasmin Jamil. **O romance-folhetim francês no Brasil: um percurso histórico**. In: Letras, n. 39, p. 119–138, 2009.

NDALIANIS, Angela. **Television and the neo-baroque**. In: HAMMOND, M; MAZDON, L (Ed). The Contemporary television series. Edinburgh University Press, p. 83-101, 2005.

PEARSON, Roberta. **Lost in Transition: From Post-Network to Post-Television**. In: MCCABE, Janet; AKASS, Kim (Ed.). Quality TV: Contemporary American Television and Beyond. Londres: I.B. Taurus, 2007.

PELEGRINI, Christian Hugo. **A poética do cômico em Arrested Development e a reassistibilidade**. Palavra Clave, v. 15, p. 621-648, 2012.

PORTER, M. J.; LARSON, D. L; HARTHCOCK, A; NELLIS, K.B. **Re (de) fining Narrative Events Examining Television Narrative Structure**. In: Journal of Popular Film and Television, v. 30, n. 1, p. 23-30, 2002.

RADISH, Christina. **Mitch Hurwitz Talks Arrested Development Season 4, Bringing Michael Cera Into the Writers' Room, and Status of the Movie**. Collider. Janeiro, 2013. Disponível em: <http://collider.com/arrested-development-movie-season-4-mitch-hurwitz/>.

ROSE, Lacey. **Netflix's Ted Sarandos Reveals His 'Phase 2' for Hollywood**. The Hollywood Reporter. Maio, 2013. Disponível em: <http://www.hollywoodreporter.com/news/netflixs-ted-sarandos-reveals-his-526323?page=1>.

SANTO, Avi. **Para-television and discourses of distinction: The culture of production at HBO**. In. LEVERETTE, Marc; OTT, Brian L.; BUCKLEY, Cara Louise (ed.) It's not TV: Watching HBO in the post-television era. New York: Routledge, p. 19-45, 2008.

SILVA, Flávio Luiz Porto. **Melodrama, folhetim e telenovela anotações para um estudo comparativo**. In: Revista da Faculdade de Comunicação da Faap, São Paulo, v. 15, n. 2, 2009.

SILVA, Marcel Vieira Barreto. **Sob o riso do real**. Ciberlegenda (UFF. Online), v. 1, p. 23-33, 2012.

\_\_\_\_\_, Marcel Vieira Barreto. **Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade**. In: Galaxia, n. 27, p. 241-252, 2014a.

\_\_\_\_\_, Marcel Vieira Barreto. **Arrested Development e o Futuro das Séries (de Tevê?)**. In: Novos Olhares, v. 3, n. 1, 2014b.

SMITH-SHOMADE, B. **Narrowcasting in the New World Information Order: A Space for Audience?**. In: Television and New Media, v. 5, n.1, p. 69–81, 2004.

SOARES, Marcelle Pacheco. **A mudança na narrativa das séries de TV: uma análise de Arrested Development na Netflix**. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), Rio de Janeiro, 2017.

SODANO, Todd M. **Television's Paradigm (Time) Shift in Time**. In AMES, Melissa (Ed.) Television Narrative: Exploring Temporality in Twenty-First Century Programming. U.S.: University Press of Mississippi, p.27-42, 2012.

THOMPSON, Ethan; MITTELL, Jason. (ed.) **How to Watch Television**. New York: NYU Press, 2013.

TORRES, Eduardo Cintra. **Por uma definição contemporânea de televisão**. In: Revista LER – O que é televisão. 2014.

WILLIAMS, Raymond. **Television: Technology and Cultural Form**. Hanover: University of New England Press, 1974.

ZOOK, Kristal Brent. **Color by Fox: The Fox network and the revolution in black television**. Oxford University Press on Demand, 1999.