



## VER TV SEM TV: MÍDIAS DIGITAIS, INTERNET E MÚLTIPLAS TELAS

Gabriela Sanseverino\*  
Ana Gruszynski\*\*

**Resumo:** Trata-se das práticas de assistir à TV que se transformam com as mídias digitais e a internet, tendo em vista as narrativas ficcionais seriadas. Em um cenário em que os conteúdos se descolam dos aparelhos tradicionais e são acessados em diferentes dispositivos, identificam-se modalidades contemporâneas de consumo de seriados analisando e discutindo como estas são reinventadas, em uma abordagem de caráter exploratório. Para tanto, utiliza-se da pesquisa bibliográfica e da documental, bem como do levantamento de dados de consumo obtidos por meio de questionário eletrônico. Observa-se que o conteúdo se descola do aparelho de televisão e pode se tornar também móvel, com dispositivos portáteis, e dotado de uma temporalidade fluída – ver a qualquer hora, podendo pausar e continuar em outro momento. As práticas se reinventam e se renovam com o passar do tempo e a criação de uma nova forma de fruição do conteúdo televisivo não significa a eliminação de outra: elas convivem e não se substituem, mas se articulam e se influenciam.

**Palavras-chave:** televisão; seriados; múltiplas telas.

**Abstract:** This paper discusses the transformation of the practices of watching TV with digital media and the internet, with a focus on serial fictional narratives. In a scenario in which contents are detached from their traditional devices and accessed in different gadgets, we identify contemporary modalities of consumption of television shows and analyze and debate how they are reinvented, in an exploratory approach. To do so, we use bibliographical and documental research, as well as the data obtained regarding the consumption of TV series through an electronic questionnaire. We define what we understand by serial fictional narratives and briefly tell its history in relation to the different contexts of the North-American society. We then discuss how people make use of digital devices, (re)creating the practices of watching TV series. Finally, we debate the process of detachment of these programs from traditional programming and their insertion in multiple screens through two forms – piracy and paid streaming services, looking

\*Mestre em Comunicação e Informação.  
Pesquisadora no Laboratório de Edição, Cultura e Design (LEAD) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

E-mail: gabigrusan@gmail.com.

\*\*Doutora em Comunicação. Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação (PPGCOM-UFRGS). Pesquisadora do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Coordenadora do grupo de pesquisa Laboratório de Edição, Cultura e Design (LEAD).

E-mail: anagru@gmail.com

DOI: 10.19177/memorare.v5e32018202-230



REVISTA  
**MEMORARE**

UNISUL  
www.portaldeperiodicos.unisul.br  
ISSN 2358-0593

*to identify current modalities of consuming TV series, analyzing and discussing how these are reinvented. It is observed that the content detaches itself from the television set and becomes portable, with the use of mobile devices, and endowed with a fluid temporality – it can be watched at any time, paused and continued at another moment. Practices reinvent themselves and renew themselves with time; and the creation of a new forms of enjoyment of television content does not mean the elimination of another: they coexist, articulating and influencing each other mutually.*

**Keywords:** television; TV series; multiple screens.

## 1. Introdução

Estamos assistindo menos à televisão? Ao responder a esta questão, nos encontramos diante de um paradoxo. Passamos menos tempo em frente ao aparelho de TV, mas continuamos acompanhando com afinco sua diversa programação em outros dispositivos. Com as mídias digitais e a internet, os produtos elaborados para a televisão ultrapassaram as fronteiras do aparelho – sua produção, circulação e distribuição está sendo repensada para um contexto de múltiplas telas. Não se pode, entretanto, reduzir as mudanças no âmbito da televisão à relação com a tecnologia: há uma articulação entre dispositivos e conteúdo simbólico que vem sendo reconfigurada e altera as práticas do assistir à televisão. Podemos, hoje, ver TV sem TV.

A televisão é parte intrínseca da sociedade, da vida privada e da cultura cotidiana. Ela é uma construção social e se constitui como uma forma de mediar a realidade, que responde ao contexto no qual existe (FISKE; HARTLEY, 2004). O termo televisão, atualmente, ultrapassa sua conotação de aparelho receptor de imagens a distância (MURPHY, 2011). Por conseguinte, a relação da TV com as novas mídias ocorre em múltiplas frentes e renova a nossa ideia de televisão. As mudanças se dão no âmbito do discurso e da referência aos estilos e gêneros de apresentação da televisão; do hardware e software<sup>7</sup>, que literalmente ligam a televisão e o computador; bem como de práticas e abordagens da indústria que imaginam a internet e a televisão como espaços discursivos ligados, cujas histórias podem ser contadas e as audiências, encontradas

<sup>7</sup> Hardware é o conjunto de componentes físicos de um computador (NEIVA, 2013). Software é a “coleção de programas, procedimentos e documentação que controla alguma tarefa em um sistema de computação” (NEIVA, 2013, p. 519).



(MURPHY, 2011). Neste contexto, tecnologia e pessoa estão imbricados, criando uma circularidade em suas articulações: dispositivo (tecnologia), pessoa e prática (apropriação) se criam e se recriam uns em relação aos outros.

Os seriados de televisão norte-americanos, que surgiram em seu formato embrionário nos anos 1950, quando os aparelhos de TV se tornavam populares nos Estados Unidos, constituíram-se como produtos da indústria do entretenimento intrínsecos da cultura do país. O seu desenvolvimento acompanhou as mudanças sociais, culturais, comerciais, econômicas, políticas e tecnológicas, tanto em âmbito local como mundial, o que lhes torna um objeto propício para pensar como o ato de assistir à televisão está sendo reimaginado em um contexto de convergência (JENKINS, 2009) e de estabelecimento das mídias digitais e da internet.

Podemos passar menos tempo assistindo à televisão, mas não estamos menos interessados em sua programação; os programas nativamente da TV, como os seriados, estão migrando para outros dispositivos e tomando conta de outras telas. A convergência das novas mídias, entre TVs e computadores, no âmbito de hardwares, acessórios e dispositivos, permite que funções televisivas se tornem parte do computador (MURPHY, 2011). O diálogo da televisão com as novas mídias permite aos telespectadores novos pontos de acesso aos programas, como tablets, smartphones, notebooks ou desktops. Além disso, a proliferação de novos dispositivos permite que os consumidores se conectem com o conteúdo que quiserem a qualquer hora e em qualquer lugar.

O presente artigo busca discutir, a partir da revisão bibliográfica e documental, estas novas práticas de assistir à TV que ultrapassam o aparelho e se (re)inventam com as mídias digitais e a internet, em um momento em que os conteúdos se descolam dos dispositivos, ao mesmo tempo em que são repensados em função destes. Primeiro, definiremos o que entendemos por seriados e relataremos brevemente sua história em relação aos diferentes contextos da sociedade norte-americana. Depois, discutiremos como as pessoas se apropriaram dos dispositivos digitais, (re)criando as práticas de assistir a este formato de conteúdo televisivo. Por fim, debateremos este processo de desvinculação dos seriados dos aparelhos de televisão e a sua inserção em múltiplas telas através de duas formas específicas – a pirataria e os serviços de *streaming* pagos, em uma busca por identificar modalidades contemporâneas de consumo de séries,



analisando e discutindo como estas são reinventadas, em uma abordagem de caráter exploratório.

## 2. De que seriados estamos falando?

A narrativa ficcional seriada surgiu na televisão nos anos 1940. O princípio do formato foi apropriado da literatura do século XIX, com os folhetins, e do rádio das primeiras décadas do século XX, com as radionovelas. No cinema, a serialização era utilizada desde 1913, quando as condições das salas de cinema eram precárias para os espectadores e convencionou-se exibir os filmes em partes (MOREIRA, 2007). Quatro emissoras dominavam a programação norte-americana no início dos anos 1940 – ABC (American Broadcasting Company), CBS (Columbia Broadcasting System) e NBC (National Broadcasting Company), que continuam a existir, e DuMont Television Network, que fechou em 1956.

A televisão se popularizou nos Estados Unidos, entretanto, nos anos 1950, em meio a transformações sociais, tecnológicas e industriais do século XX. Promoveu-se o nascimento de uma nova cultura, a de massa, que revolucionou os meios de comunicação. Sendo assim, a televisão passa a ser produzida buscando atingir um público maior, com menos esforço, processo auxiliado pela nova facilidade de produção de produtos audiovisuais e pelo crescimento e desenvolvimento da publicidade e da propaganda.

A popularização da televisão foi possibilitada por questões tanto técnicas quanto culturais. Em 1955, cerca de dois terços das residências americanas tinham aparelhos de TV e, em 1960, 90% contavam com pelo menos um aparelho; e a instalação de cabos coaxiais permitiu o alcance do sinal televisivo à maior parte do território americano. “Em cerca de uma década, a televisão se tornou parte intrínseca do cotidiano da sua população” (HAMBURGUER, 2005, p. 22).

A televisão aberta tem uma difusão irrestrita de seus programas e não exige equipamento especial para sua recepção, apenas uma antena para que se faça a escolha do canal a que se quer assistir. Há pouca variedade, contudo, de canais abertos – nos Estados Unidos, as emissoras ABC, NBC e CBS dominaram por anos o mercado televisivo. Até o surgimento da televisão a cabo, a programação era gratuita, mas



consideravelmente limitada. Com o surgimento dos canais pagos, começaram a aparecer novos programas, com inovações estéticas e criativas e de roteiro, que consistiram, contudo, na imposição de um valor monetário sobre o conteúdo televisivo.

As primeiras décadas da televisão com uma grade de programação formal nos Estados Unidos foram marcadas pela lógica de maximização do lucro e o controle de mensagem – forças que alavancaram uma coerência institucional excepcional e uma colaboração de nível político entre as emissoras (URICCHIO, 2009). Entre as décadas de 1950 e 1980, houve uma estabilidade na forma da televisão dos Estados Unidos.

Nas décadas de 1950 e 1960, era seguro supor que quase todo o mundo no escritório tinha visto a mesma coisa na noite anterior. Nos Estados Unidos, a maioria das pessoas provavelmente havia assistido a Walter Cronkite ler as notícias no jornal da noite, para depois sintonizar o principal programa do horário nobre: *The Beverly Hillbillies*, *Gunsmoke* ou *The Andy Griffith Show* (ANDERSON, 2006, p. 30).

O desenvolvimento dos seriados não foi linear ou sem retrocessos. As séries em formatos de *sitcom* e *soap opera* dos anos 1950 e 1960 tratavam de temas sem pretensão ou capacidade de incorporar as mutações sociais e de costumes que aconteciam na sociedade fora das telas. O Television Code<sup>8</sup>, imposto em 1952, que restringia o conteúdo dos programas e seus comerciais, contribuiu para a superficialidade das temáticas tratadas. Na metade da década de 1970, com o fim do oligopólio de hardware e software e do controle da programação, houve uma evolução na variedade de programas e na adaptação da televisão às novas tecnologias (URICCHIO, 2009), mas apenas em 1982, com a suspensão do Television Code, se iniciou uma proliferação de temas e tratamentos nunca vistos antes (CARLOS, 2006).

A televisão a cabo surgiu com a proposta inicial de retransmitir os canais de televisão terrestres, como ABC, NBC e CBS, para as regiões dos Estados Unidos nas quais não havia boa recepção de sinais. A partir da década de 70, os canais a cabo passam a ser utilizados para a criação de canais de televisão por assinatura, de perfil segmentado, que mudaram o sistema televisivo americano, trazendo uma inédita variedade de programação para as telas e dirigindo-se a audiências com interesses e demandas singulares. Na década de 1990, começaram a ser transmitidos também via satélite, com uma programação similar à televisão a cabo.

<sup>8</sup> Conferir em: <<http://tinyurl.com/j9zus7c>>. Acesso em: 4 dez. 2014.

A TV paga se tornou sinônimo de televisão a cabo, sendo distribuída por meio de sinais captados por antenas de alta sensibilidade e chegando à casa dos telespectadores através de cabos coaxiais (NEIVA, 2013). A televisão por assinatura surgiu como um sistema de televisão que transmite sua programação de forma exclusiva para seus assinantes, que pagam um valor determinado para utilizar aparelhos decodificadores necessários para assistir aos programas desejados (NEIVA, 2013). Somada a isso, a pluralidade de canais oferecida pelos serviços pagos corresponde também a uma diversidade de programas aos quais os telespectadores começam a ter acesso.

Há três formatos de narrativas seriadas que se tornaram mais populares nos Estados Unidos e passaram a compor as grades de programação de canais abertos e fechados de forma significativa: *sitcoms*, séries e seriados. Estes três formatos são as narrativas seriadas que se caracterizam a partir do termo geral seriado, pois respeitam uma mesma lógica de produção, distribuição e circulação nos EUA. O calendário de estreias destes seriados, seja um programa novo ou o retorno com uma nova temporada, é dividido em *fall season* e *mid season*. O primeiro compreende o período de setembro a dezembro, quando há o lançamento de novos seriados e de novas temporadas; e o segundo apreende o período de janeiro a maio, quando eles retornam do intervalo feito na época dos feriados de fim de ano. Entre maio e setembro, há um intervalo na sua exibição. Há também a *summer season*, que é raramente contemplada com estreias.

O *sitcom* (*situation comedy* ou comédia de situação) surgiu na televisão americana nos anos 1950 e caracterizou-se por ser encenado para um auditório (presente ou presumido). Em um cenário limitado, o elenco fixo do programa satiriza situações cotidianas. Atualmente, a marca registrada do formato são as risadas da audiência presumida inseridas na trama. Os *sitcoms* ocupam uma parte significativa das grades de programação norte-americanas, sendo geralmente identificados com o gênero de comédia. Os programas geralmente têm cerca de 30 minutos e os episódios novos vão ao ar uma vez por semana. Vários *sitcoms* tornaram-se sucessos de audiência e foram exportados para outros países, como *Friends* (1996), *Two and a Half Men* (2003), *How I met your mother* (2005), *Veep* (2012) e *Unbreakable Kimmy Schmidt* (2015).

O seriado é dividido em temporadas, tem episódios autônomos e um núcleo de personagens fixos. Nos seriados, os enredos se resolvem no dia em que são exibidos



(PALLOTINI, 2012). A série não tem episódios autônomos: “Sua estrutura narrativa é pensada de modo a construir ganchos ao final de cada episódio. Responsáveis pela manutenção do suspense, tais ganchos estimularão a audiência a acompanhar a trama no próximo episódio ou na próxima temporada” (COCA; SANTOS, 2013, p. 7). Ambos os formatos vão ao ar uma vez por semana e têm cerca de uma hora, podendo ser identificados com uma pluralidade maior de gêneros, como drama (*Grey’s Anatomy* – 2005, *Gilmore Girls* – 2007, *House of Cards* – 2013), *sci-fi* (*Rosswell* – 1999, *The X-Files* – 1993, *Orphan Black* – 2013) e policial (*Castle* – 2009, *CSI* – 2000, *Law and Order* – 1990).

Note-se que a televisão acabou acumulando, em sua história, um amplo e denso repertório de obras criativas que permite considerá-la como um dos fenômenos culturais mais importantes do nosso tempo (MACHADO, 2000). A TV se constituiu como uma fonte atuante de informação, entretenimento e educação para grande parte da população (DUARTE, 2012) e se tornou uma parte intrínseca do cotidiano. A ficção televisiva contribui para compor o universo cultural de uma sociedade; uma forma de exprimir anseios e dúvidas, crenças e descrenças, inquietações, descobertas e imaginações (MACHADO, 2000).

As produções norte-americanas dominam o mercado de seriados. O sucesso dos seriados norte-americanos se explicaria por esta capacidade própria de fornecer uma compreensão simbólica de nossa realidade e por aquilo que eles dizem de nós (JOST, 2012). A série de televisão, em seus diferentes formatos, tem uma dimensão cultural que pode ser observada por meio da importância e da legitimidade frente aos telespectadores: a “seriefilia” substitui a cinefilia, adquirindo alguns de seus traços – o conhecimento dos enredos, temporadas, atores e autores (JOST, 2012). Os seriados norte-americanos têm ultrapassado cada vez mais as fronteiras – tanto geográficas, dos EUA, quanto físicas, do aparelho de televisão – fazendo parecerem próximas para um público plural e heterogêneo, apesar de incorporarem questões particulares da cultura norte-americana, pois se constroem em cima de valores transnacionais, lugares comuns que existem nas mais diversas sociedades (JOST, 2012).

### 3. Materialidades para além da tela de TV

“Você assiste à televisão?” é, atualmente, uma pergunta complexa. O que se quer dizer com televisão? Refere-se ao aparelho ou ao conteúdo? Certamente, o surgimento de novas tecnologias muda a forma como fazemos as coisas – não pela técnica isoladamente, e sim pela apropriação que é feita desta pela sociedade. A materialidade de um objeto é comum para todos, mas a percepção e o uso desta materialidade não – a prática pode ser ressignificada para cada pessoa, apesar de criarmos apropriações compartilhadas.

A TV se tornou uma parte do cotidiano, inserindo-se nas salas das casas, tornando-se parte da rotina das famílias. Enquanto, contudo, permite assistir a imagens no âmbito do privado, no conforto de sua casa, as imagens transmitidas pela televisão são vistas por milhões de pessoas ao mesmo tempo e se configuram como uma forma de trazer o mundo exterior e longínquo para dentro de casa (LIPOVETSKY; SERROY, 2009).

“A história da televisão é uma história de mudança” (URICCHIO, 2009, p. 60, tradução nossa<sup>9</sup>) e adaptação às novas tecnologias e às possibilidades de transmissão e de consumo. Televisão é um termo amplo, que pode se aplicar às várias possibilidades de produção, distribuição e consumo de imagens e sons eletrônicos e, portanto, deve ser pensada como o conjunto de trabalhos audiovisuais que a constituem (MACHADO, 2000).

Williams (2003) entende que processos tecnológicos, institucionais e culturais perpassam a televisão. Observa que as especificidades discursivas do meio, de modo articulado aos elementos que configuram a sua materialidade, são expressão de uma cultura que vem se transformando desde seu surgimento aos dias atuais. O texto televisivo conforma-se no que o autor denomina de fluxo, uma sequência planejada e ininterrupta de imagens que caracteriza o *broadcasting* enquanto forma cultural e como tecnologia. O sistema de televisão *broadcast* caracterizou a televisão como meio de comunicação de massa, mas não a define – foi uma fase extensa de seu processo histórico.

---

<sup>9</sup> No original: “The history of television is a history of change”.



Nas últimas décadas, ocorreram transformações tecnológicas que se baseiam na digitalização da comunicação, na configuração de computadores em redes, em softwares avançados, na difusão da capacidade de transmissão de banda larga e na onipresença da comunicação local e global através de redes sem fio, com o acesso à internet cada vez mais proliferado (CASTELLS, 2009). Por isso, um único aparelho é capaz de fornecer serviços que antes eram oferecidos de maneiras separadas, ao mesmo tempo em que uma função antes executada por um único meio pode ser incorporada por inúmeros dispositivos: a relação de um para um entre um aparelho e seu uso se deteriorou (CASTELLS, 2009).

Na virada do século XXI, a televisão estava começando a emergir no que pode ser chamada de era pós-*broadcast*. A difusão televisiva no modelo *broadcast* caracterizou-se por um modo de emissão um para muitos, organizado como uma grande indústria. A televisão da era pós-*broadcast* é caracterizada pela interatividade, customização, múltiplas plataformas e entretenimento em telas transmitidas via vídeo, cabo, *streaming* ou sistemas de arquivamento como o TiVo (FISKE; HARTLEY, 2004, p. XIV-XV, tradução nossa<sup>10</sup>).

Os novos serviços de televisão descolam o conteúdo televisivo do formato *broadcast* em um contexto de convergência de mídias no qual há a mobilidade de espectadores e textos. A convergência é um processo contínuo, que ocorre nas várias intersecções entre tecnologias de mídia, indústrias, conteúdo e público, e se caracteriza como um fluxo de conteúdos em diversos suportes midiáticos, como a cooperação de mercados midiáticos e o comportamento de migração de públicos de meios de comunicação, transitando entre diferentes plataformas na busca das experiências de entretenimento que desejam (JENKINS, 2009).

A desincorporação de conteúdos de seus aparelhos cria novas lógicas de consumo e as estratégias industriais e comerciais em relação às audiências passam a ser repensadas. Há uma resignificação do que pensamos como o assistir à televisão à medida que a programação vai para além dos limites do dispositivo e se reinventa em

---

<sup>10</sup> No original: “By the turn of the twenty-first century, television was beginning to emerge into what may be called the post-broadcast era. Broadcast television was characterized by a one-to-many mode of address, organized as a large-scale industry. Post-broadcast television is characterized by interactivity, customization, multiple platforms and non-broadcast screen entertainment carried via video, cable, streaming, or archive systems such as TiVo”.



um contexto multiplataforma. A indústria da televisão e os sistemas de difusão são obrigados a reconfigurar o que significa engajar os espectadores em múltiplas telas.

Para Castells (2009), no âmbito da televisão, a capacidade de controlar a recepção da programação faz com que esta continue a ser um meio de comunicação de massa na perspectiva do emissor, mas que está se transformando em um meio de comunicação pessoal do ponto de vista do receptor, que pode assistir à TV como quiser, quando quiser, onde quiser. Sendo assim, a televisão se mantém como um meio dominante de comunicação de massa, mas foi transformada pela tecnologia, pela lógica comercial e por novas práticas culturais. A internet e as mídias digitais transformaram a televisão e a descolaram do aparelho, permitindo que sua programação possa ser acompanhada em múltiplas telas e em uma temporalidade própria: o formato e a entrega de seu conteúdo estão sendo transformados e sua recepção está se tornando individualizada.

O assistir à televisão é inevitavelmente moldado tanto pela tecnologia disponível na época e pelas normas industriais, através das quais fabricantes, reguladores, redes e estações estruturam o que será disponibilizado ao público, quanto pela maneira como os telespectadores decidem se apropriar dos dispositivos e seus conteúdos. Na era da televisão *broadcast*, nós a experimentamos principalmente como meio doméstico, estático, utilizado como uma forma de trazer o mundo exterior para dentro de casa. Nos Estados Unidos, as opções de programa para os telespectadores eram limitadas às ofertas das três redes nacionais que forneciam conteúdo em uma programação linear diária – estavam disponíveis apenas em horários determinados em uma sequência rotineira de programação.

Nesta configuração, o espectador tinha pouco a fazer. A escolha e o controle eram mínimos comparados às inovações tecnológicas subsequentes e aos modos de engajamento que estes passaram a permitir. As práticas dominantes de olhar televisão na era da televisão *broadcast* foram amplamente definidas pela organização do conteúdo de televisão em um cronograma linear. Novas formas de distribuir digitalmente conteúdos televisivos permitidos pela convergência não estão sujeitas às mesmas regulamentações, o que traz consequências para a produção, distribuição e uso. Desenvolvimentos cruciais na era pós-*broadcast* envolveram as novas práticas de



assistir à TV que emergiram como resultado do desmonte da programação diária linear que deixou de ser uma característica organizadora dominante do conteúdo televisivo.

O videocassete foi uma forma de liberar o conteúdo dos horários das redes de televisão ao permitir a visualização de acordo com os desejos do espectador, tornando o assistir mais interativo, pois oportunizou parar, rebobinar e rever os programas. Tais práticas de visualização autodeterminadas foram ampliadas com as tecnologias seguintes, que trouxeram aos espectadores uma pluralidade de escolhas de como e quando ver.

Com a popularização, posteriormente, do DVD, a prática de assistir a um seriado já sofreu impactos, com a possibilidade de, por exemplo, comprar-se ou alugar-se o box de uma temporada completa e assisti-la no ritmo desejado (MITTELL, 2012). As tecnologias digitais, entretanto, trouxeram alterações mais significativas na forma de se ver TV. A facilidade de acesso aos programas de televisão, tanto através de vias oficiais como serviços pagos de *streaming* ou compra de episódios on-line, ou extraoficiais, como downloads ilegais pela internet, permitiu que se criassem novas formas de assistir à TV.

O surgimento das tecnologias *on-demand* da década de 1990, que permitiram aos espectadores criar seu próprio cronograma, representam uma ruptura fundamental dos horários das redes de televisão e das restrições do assistir que estes impunham. Uma vez que o conteúdo se tornou livre destes horários – seja porque os programas estavam disponíveis em uma pasta de escolhas para os espectadores assistirem *on-demand* ou porque os espectadores os gravaram em VHS, DVD, DVR etc. – quase todas as ideias estabelecidas sobre como as pessoas assistem à televisão foram colocadas em questão.

Deste modo, não é mais necessário respeitar a temporalidade imposta pela cadência de programação das emissoras de TV, visto que a televisão presume um horário definido para assistir a uma determinada programação. As novas tecnologias transformaram a relação de temporalidade entre o espectador e os seriados. O público agora pode escolher assistir à programação de acordo com a grade de cada canal, ou utilizar serviços de vídeo por demanda, ou através de serviços de *streaming*, entre outras formas. As formas de apropriação de um dispositivo e do conteúdo televisivo se multiplicaram, recriando e ampliando também as práticas de assistir à TV.



A televisão tem sofrido mais mudanças nas últimas duas décadas do que durante todo o século XX, quando as alterações na estrutura da indústria da televisão levaram a uma expansão que diz respeito à variedade de conteúdo, com espaço para inovações estéticas e de roteiro. Os controles remotos, junto com os reprodutores de VHS e DVD, não conseguiram instigar mudanças revolucionárias na visualização e no conteúdo. Mesmo os softwares de DVRs<sup>11</sup> não conseguiram trazer mudanças extremamente perturbadoras às práticas de assistir à televisão. As transformações operadas pela internet e pelas mídias digitais estão ocorrendo em uma escala muito maior e em uma variedade mais ampla de práticas de audiência, tecnologias e inovações da indústria.

Durante quase 40 anos de televisão, de 1960 a 2000, as maiores mudanças no que diz respeito à prática de assistir à TV foram definidas pela transição do preto e branco para cor, pelos controles remotos e pelo sistema de transmissão a cabo. Atualmente, a televisão está disponível em inúmeros dispositivos que podem ser conectados on-line e a pluralidade de telas continua a crescer. As televisões com acesso à internet, leitores de blu-ray, consoles de jogos e outros dispositivos de transmissão multimídia estão sendo utilizados para acessar conteúdo on-line e trazem novas significações para o assistir à TV.

Por essa razão, a televisão não pode ser reduzida ao aparelho. Seu conteúdo é uma forma de mediação que já ultrapassou o dispositivo<sup>12</sup>, com alterações não apenas no âmbito tecnológico, mas também sociais, culturais, comerciais, econômicas e políticas. A ligação exclusivamente ao dispositivo tecnológico exclui a prática de quem consome os conteúdos televisivos em outras telas. “A TV está mais presente do que nunca, devido ao fato de ultrapassar os limites da sala de estar e chegar às novas telas, como a web, os celulares, os tablets e outros dispositivos” (COCA; MENDONÇA, 2013, p. 2).

---

<sup>11</sup> DVR é a sigla em inglês para Digital Video Recorder, e diz respeito ao sistema de gravação de vídeo que permite gravar programas, podendo estes serem posteriormente reproduzidos livremente pelo espectador. O serviço de DVR mais conhecido é o TiVo, que é pago e bloqueado somente para uso com a operadora escolhida pelo consumidor.

<sup>12</sup> Consideramos dispositivo “um conjunto de componentes físicos ou lógicos que interagem ou estão conectados a um computador, e que constituem um ente capaz de armazenar, transferir ou processar dados” (NEIVA, 2013, p. 162).

#### 4. Telas em números: indicativos de práticas em reformulação

Nos Estados Unidos, em 2015, 95,2% das residências tinham televisão com, pelo menos, os canais abertos.<sup>13</sup> No país, a televisão a cabo é a forma dominante de assistir à TV em todas as faixas etárias – em 2015, 83% de residências contratavam o serviço.<sup>14</sup> Cada vez mais, contudo, o público jovem se satisfaz em conectar sua TV à internet e assistir à televisão aberta. Em 2010, 87% das residências tinham televisão por assinatura. A queda de 4% pode parecer ínfima, mas já se relaciona à emergência e à popularização das tecnologias digitais e indica uma mudança na forma de assistir à televisão: começou-se a assistir à TV sem TV.

Em 2015, 84% das residências americanas tinham internet<sup>15</sup>, o que possibilita o acesso aos aplicativos de *streaming*<sup>16</sup>, aos sites de *on-line streaming* e mesmo a formas de download de séries, transferindo o conteúdo para um dispositivo controlado pelo usuário. O público entre 14 e 25 anos já passa a maior parte de seu tempo assistindo a seriados em computadores, tablets e smartphones, em vez de em aparelhos de televisão.<sup>17</sup> Em 2011, pessoas de idade entre 18 e 34 anos assistiam 131 horas de televisão em um mês. Esse número caiu para 109 horas em 2015. Já quando falamos de pessoas assistindo a programas na internet, o número subiu de 10 horas para 17,5 horas.<sup>18</sup> Os americanos têm inclusive liderado o ranking de pirataria de seriados nos últimos anos<sup>19</sup>, principalmente no âmbito de programas transmitidos nos canais de televisão a cabo.

O fator econômico está intrinsecamente ligado às formas de acesso aos seriados que ultrapassam as telas da televisão, pois este é ampliado à medida que os conteúdos são disponibilizados por meio da pirataria e dos serviços de *streaming* pagos:

<sup>13</sup> Fonte: <<http://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2015/nielsen-estimates-116-4-million-TV-homes-in-the-us-for-the-2015-16-TV-season.html>>. Acesso em: 31 maio 2016.

<sup>14</sup> Fonte: <<http://www.ibtimes.com/forget-cable-cord-cutting-83-percent-american-households-still-pay-TV-2081570>>. Acesso em: 31 maio 2016.

<sup>15</sup> Fonte: <<http://www.pewInternet.org/2015/06/26/americans-Internet-access-2000-2015>>. Acesso em: 31 maio 2016.

<sup>16</sup> *Streaming* é um processo multimídia através do qual a transmissão do conteúdo e o seu consumo são feitos de forma simultânea (NEIVA, 2013).

<sup>17</sup> Fonte: <<http://www.nytimes.com/interactive/2015/10/03/business/media/changing-media-consumption-millennials-cord-cutters.html>>. Acesso em: 31 maio 2016.

<sup>18</sup> Fonte: <<http://www.ibtimes.com/forget-cable-cord-cutting-83-percent-american-households-still-pay-TV-2081570>>. Acesso em: 23 dez. 2016.

<sup>19</sup> Fonte: <[http://olhardigital.uol.com.br/fique\\_seguro/noticia/brasil-e-vice-campeao-mundial-em-ranking-de-pirataria/46905](http://olhardigital.uol.com.br/fique_seguro/noticia/brasil-e-vice-campeao-mundial-em-ranking-de-pirataria/46905)>. Acesso em: 23 dez. 2016.

diminuem-se significativamente ou mesmo se extinguem os custos do assistir em relação ao conteúdo. Enquanto há uma exigência da posse de um dispositivo, o valor imposto sobre o seriado em si é reduzido ou eliminado, permitindo uma popularização de seu acesso.

O hábito de assistir a seriados surgiu nos Estados Unidos a partir de sua transmissão nos canais de televisão abertos desde os anos 1950. O custo econômico era o aparelho, mas a fruição do programa era gratuita. Enquanto havia um limite geográfico para o alcance destes programas, que dificilmente cruzavam os limites geográficos dos EUA e dependiam de sua exportação por emissoras locais de outros países, para os norte-americanos os seriados conseguiram se estabelecer como uma parte intrínseca da cultura televisiva.

A televisão tem sido gratuita desde os seus primeiros dias de transmissão, seguindo o modelo de publicidade do rádio, reunindo audiências cuja atenção pode ser vendida para empresas ansiosas para atingir seu público consumidor. Apesar da penetração de serviços de assinatura, DVD e outras formas de distribuição dependentes da despesa do consumidor, milhares de telespectadores ainda recebem seu conteúdo através da televisão com sinal de transmissão gratuito.

Com os canais por assinatura, esta perspectiva começou a mudar e foi imposto um valor monetário para o conteúdo simbólico – para assistir ao programa “X”, é necessário pagar para ter acesso ao canal “Y”. Criam-se novas limitações para o alcance dos seriados, que agora atingem também de forma significativa a população americana, pois os preços dos canais pagos podem se tornar proibitivos.

A televisão gratuita é, naturalmente, uma mídia comercial e o público paga indiretamente, consumindo bens e serviços. Na era digital, contudo, há um novo tipo de TV grátis que surgiu removida do circuito comercial. O conteúdo televisivo compartilhado como arquivos entre os pares usando softwares de download como BitTorrent e outros meios on-line remove a mídia da esfera comercial. Desta forma, a televisão torna-se mais livre do que nunca quando compartilhada entre espectadores, embora os usuários possam gastar somas consideráveis em hardware digital e acesso de rede de alta velocidade.

O surgimento das mídias digitais e da internet abriu a possibilidade de compartilhamento deste conteúdo. O acesso a um dispositivo digital e uma conexão



com a web se impõem como restritivos. Contudo, o conteúdo se desprende do valor econômico e das fronteiras geográficas. Por conseguinte, tornou-se possível assistir aos episódios de qualquer seriado, em qualquer horário, em qualquer lugar e de forma gratuita.

Os seriados configuraram-se como conteúdo simbólico produzido pela indústria do entretenimento e surgem como uma nova forma de se fazer televisão no âmbito da cultura de massa, reaproveitando formatos preexistentes de outras mídias e correspondendo aos anseios das emissoras com sua possibilidade de produção barata, de distribuição simultânea e do seu potencial de duração sem limites. Com o desenvolvimento tecnológico e a consolidação da televisão como meio de comunicação de massa, esses formatos ficcionais evoluíram, ganhando espaço e conseqüentemente mais atenção na linguagem e produção audiovisual.

Eles tornaram-se parte da cultura popular americana a partir da prática cultural de assistir à televisão. O consumo televisivo é carregado de significado cultural, à medida que os espectadores se inserem em contextos sociais e atribuem uma valoração para os conteúdos que escolhem consumir. Os seriados são nativamente parte das grades de televisão americana – primeiro dos canais abertos e, depois, dos canais por assinatura. Foram criados e pensados para a televisão, sempre acompanhando as limitações tecnológicas e criativas de cada momento. Para Jost (2012), o crescente interesse pelos seriados passa pela legitimidade que o formato ganhou a partir de produções inovadoras, principalmente a partir dos anos 1980, quando começou a existir maior variedade de programação. O sucesso e a importância cultural das séries está nas relações que estabelecem com seus espectadores.

A variedade da programação nas emissoras americanas, inclusive nos canais abertos, e a possibilidade de se assistir aos episódios na televisão assim que são lançados fazem com que o público norte-americano possa ter uma relação com a série primariamente pela televisão. Nos EUA, a relação com estes produtos, comumente criados para a televisão, está sendo alterada a partir da possibilidade de serem vistos e mesmo de se originarem em outras telas, o que resulta em novas formas de se assistir a seriados.

Os novos dispositivos vêm ganhando espaço com o público para o assistir ao conteúdo televisivo. Há uma migração dos conteúdos televisivos para uma fruição em

outras telas, representativa do fato de que a televisão hoje passa a ser mais ligada à mensagem propriamente do que ao suporte no qual esta é veiculada. A fruição dos conteúdos em outras telas parte de uma iniciativa do telespectador, que escolheu se apropriar destes novos dispositivos para assistir ao conteúdo televisivo. Frente às novas demandas dos consumidores e às novas possibilidades tecnológicas, surgiu uma maneira de acompanhamento do conteúdo televisivo que representa uma ruptura completa com a ideia inicial do que deveria ser a fruição destes programas.

Experiencia-se um período de transição, no qual a distribuição de conteúdo tipicamente realizada por meios analógicos passa a ser desenvolvida em meios digitais, o que inevitavelmente impacta nas lógicas de consumo. As mudanças na forma de apropriação do conteúdo televisivo haviam sido sinalizadas inicialmente com o uso do videocassete e do controle remoto, que permitiam um distanciamento entre o tempo da oferta e o tempo de consumo. Com as mídias digitais e uma multiplicidade de telas, que representam também uma multiplicidade de pontos de entrada para os seriados, as pessoas passam a ter o controle sobre onde, quando e como consumir.

Portanto, significa que as novas formas de engajamento da audiência, nesse novo contexto, representam o abandono do controle por parte dos produtores e distribuidores do conteúdo televisivo. Esse controle passa ao telespectador, que assiste ao conteúdo e interage com este da maneira que considerar mais adequada. Logo, o desafio dos produtores agora é como disponibilizar o conteúdo da melhor forma possível, em vez de pensar como organizá-lo, escolhendo a que e quando o telespectador iria assistir.

## 5. Piratas modernos: usuários e espectadores

Usamos a palavra pirataria para descrever as práticas digitais de copiar e compartilhar conteúdos – neste caso, seriados de televisão. A pirataria de seriados de televisão, seja através de softwares de download ou serviços de *streaming* on-line gratuitos, existe por um esforço de usuários em compartilhar o conteúdo.

Como assistir a todos os seus programas favoritos? Sua disponibilidade é fragmentada. Para assistir a *Game of Thrones*, por exemplo, é necessário ter HBO; para *House of Cards*, é preciso assinar Netflix; *The Walking Dead* exige acesso à AMC. Primeiro, deve-se ter a capacidade de pagar por uma televisão por assinatura e um



serviço de *streaming*. Depois, precisa-se de um pacote de televisão pago que ofereça todos os canais que transmitem o seu seriado favorito, o que raramente acontece.

A pirataria é uma resposta ao serviço ofertado, que se demonstra ineficaz para a demanda do público consumidor. Ela é gratuita e fácil e se mostra como a melhor alternativa para assistir a todos os programas desejados. A maioria das pessoas não está disposta ou não é capaz de pagar por um pacote de televisão a cabo apenas, por exemplo, para ter acesso à HBO. A HBO, através do serviço de vídeo *on-demand*, HBO Go, permite o *streaming* de sua programação, mas ele é caro e nem sempre confiável e não consegue competir com a facilidade de baixar o episódio da série desejada da emissora.

*Game of Thrones*, produção original do canal HBO, tem liderado consistentemente nos últimos anos o índice de seriados mais pirateados<sup>20</sup> – o que pode ser considerado como um elogio à obra: mostra o constante interesse no programa, mesmo que o público não o esteja vendo de forma legal. Com as mídias digitais e a internet, quando um novo programa de sucesso é lançado, ele ganha destaque nas redes sociais. Fala-se sobre ele em âmbito global. Então, mesmo quem não tem acesso aos canais que o transmitem, seja por questões econômicas ou geográficas, pode querer assisti-lo.

A HBO foi uma emissora pioneira em transmitir temporadas de seriados mundialmente populares de forma simultânea em um âmbito global. Este esforço é um movimento contra a pirataria e um reflexo de como a tecnologia evoluiu desde a era de entregar fitas para diferentes territórios para tradução antes da transmissão. O canal fez grandes esforços para tornar sua programação original disponível para todos na mesma época em que os Estados Unidos, e a tecnologia finalmente evoluiu ao ponto de tornar isso possível.

O futuro do canal, para conseguir competir com a pirataria de seus principais shows, está em oferecer um serviço autônomo, que permite às pessoas pagar um preço menor para assistir apenas à HBO – e não uma conta excessiva de televisão por assinatura para acompanhar apenas a esta emissora. A HBO Now<sup>21</sup>, disponível desde 2015, é essencialmente um serviço de *streaming* dos programas do canal sem a

<sup>20</sup> Fonte: <<https://www.statista.com/statistics/430561/most-pirated-TV-shows-worldwide>>. Acesso em: 30 nov. 2016.

<sup>21</sup> Disponível em: <<https://order.hbonow.com>>. Acesso em: 21 dez. 2016.

necessidade da assinatura de televisão a cabo. Ele disponibiliza os programas produzidos pela emissora sob demanda e dá acesso aos episódios novos dos seriados ao mesmo tempo em que estão liberados na televisão. O preço é de 14,99 dólares por mês e está disponível por meio de plataformas on-line, como Chromecast e Apple TV.

Os serviços de *streaming* pagos estão impactando na redução do conteúdo pirata na internet, como este que passou a ser ofertado pelo HBO<sup>22</sup>. Não obstante, as empresas de entretenimento não conseguem completamente eliminar a pirataria, da mesma forma que a pirataria nunca apagaria os filmes, livros, televisão e vídeo-games do cenário cultural.

Recentemente, entretanto, o compartilhamento de conteúdo através da internet encontrou um entrave: um forte movimento por parte de órgãos policiais de diversos países, seguindo o exemplo dos Estados Unidos, que busca localizar e fechar este tipo de site. Este esforço para dar fim à pirataria é uma iniciativa que parte tanto de questões legais quanto de interesses econômicos, que acabam por reverberar de forma severa no âmbito cultural e social.

Os sites que permitem acesso aos seriados de forma gratuita estão sendo fechados em um ritmo cada vez mais rápido, de forma que os novos sites que surgem nas brechas da fiscalização não conseguem acompanhar a demanda por conteúdo por parte dos usuários. Isso limita os acessos aos seriados a cidadãos norte-americanos e principalmente a espectadores de outros países que dependiam destes sites para ter acesso a estes programas.

Todavia, a pirataria ainda é uma ótima – e uma das únicas – alternativas, infelizmente, para aqueles que querem conteúdo gratuito, especialmente para quem está fora do território norte-americano. De outra feita, a melhor maneira de combater a pirataria é oferecer os serviços de forma mais eficiente, mais barata e mais fácil de usar. Com as mídias digitais e a internet, ao mesmo tempo em que se tornou mais fácil compartilhar de forma gratuita e ilegal conteúdos com outros usuários, tornou-se possível também criar novos serviços que respondem à demanda do público por uma programação que vai além da tela de televisão e dos canais tradicionais.

---

<sup>22</sup> Fonte: <<http://www.telegraph.co.uk/technology/2016/07/04/Internet-piracy-falls-to-record-lows-amid-rise-of-spotify-and-ne/>> Acesso em 30/11/16.



## 6. Serviços de *streaming* pagos: Netflix, Amazon Prime e Hulu<sup>23</sup>

Os serviços de *streaming* surgiram inicialmente como uma forma de acesso a conteúdos audiovisuais através das mídias digitais e da internet – uma espécie de locadora virtual, acessada mediante aplicativos on-line, por meio dos quais a pessoa pode escolher o que assistir de um catálogo sem precisar sair de casa. A lógica inicial do serviço era que o conteúdo não era armazenado pelo usuário em seu dispositivo, mas recebido pelo indivíduo através do *stream*, a transmissão dos dados. A mídia era reproduzida à medida que chegava ao usuário, e dependia da conexão de banda de sua internet para que os conteúdos sejam reproduzidos.

Enquanto esta ainda é a principal função do serviço, há empresas que já tomaram o próximo passo, e estão começando a permitir que os usuários façam o download do conteúdo para os seus dispositivos móveis e que possam acompanhar os programas desejados sem o acesso à internet. Isso, contudo, exige que o aparelho tenha espaço para o armazenamento do conteúdo exclusivo, que passa a ser salvo no dispositivo do usuário.

Nos Estados Unidos, onde surgiram os principais serviços de *streaming*, existem três empresas de destaque: Netflix, Amazon Prime e Hulu. Ao pagar por uma assinatura mensal, os membros de qualquer um destes serviços podem assistir a quantos conteúdos quiserem, a qualquer hora, em qualquer lugar, em quase qualquer tela conectada à internet, reproduzindo, pausando e continuando a assistir ao conteúdo.

A Netflix<sup>24</sup> é líder de mercado nos serviços de *streaming*, tem 81 milhões de membros em mais de 190 países, que se beneficiam de mais de 125 milhões de horas de programas de TV e filmes, incluindo séries originais, documentários e longas-metragens. O serviço é, dentre os três, o mais importante, devido ao número significativo de programas originais, na abrangência internacional e no alto número de usuários em relação aos serviços concorrentes similares.

<sup>23</sup> Serviços de *streaming* pagos escolhidos por serem os mais populares – com o maior número de usuários – no ano de 2016.

<sup>24</sup> Disponível em: <<https://media.netflix.com/en/about-netflix>>. Acesso em: 26 maio 2016.

A empresa tem ampliado a sua taxa de audiência em 40% ao ano<sup>25</sup> e pode superar a audiência das grandes redes de televisão nos Estados Unidos – em 2015, seus assinantes consumiram mais de 29 bilhões de horas de vídeo<sup>26</sup>. O preço é um fator determinante para a popularização do serviço. Nos EUA, enquanto uma assinatura de televisão a cabo custa em média 80 dólares, a Netflix cobra cerca de 10 dólares mensais.

O serviço Amazon Prime está crescendo em popularidade de forma lenta, porém contínua. Ele foi o primeiro a oferecer a possibilidade de download de conteúdo para ser assistido no dispositivo sem uma conexão com a internet, o que lhe deu uma vantagem sobre a Netflix, que começou a ofertar esta possibilidade apenas em 2016 e apenas para telefones celulares. A grande vantagem, contudo, do serviço da Amazon Prime para os consumidores está em sua relação com a loja, que vende milhares de produtos, incluindo livros e roupas, pois uma assinatura Amazon Prime garante o frete grátis na Amazon.

A Amazon não revela o número de assinantes do serviço, mas estima-se que este esteja presente em de 25% a 40% das residências norte-americanas. Enquanto está longe de conseguir alcançar a popularidade internacional da Netflix, o número de assinantes do serviço cresceu 51% em 2015, adquirindo mais consumidores no exterior do que nos Estados Unidos.<sup>27</sup> Uma assinatura do Amazon Prime pode ser adquirida por US\$ 99,00 por ano (o que equivale a US\$ 8,25/mês).

O serviço Hulu está disponível por US\$ 7,99, tornando-se a opção mais barata disponível quando você está comparando Hulu, Netflix e Amazon Prime, mas há um porém: o serviço abre espaço para comerciais. Para assistir ao seu conteúdo sem nenhuma propaganda, é possível, pelo custo de US\$ 11,99 por mês, inscrever-se para o serviço Hulu Plus No Commercials. A seleção de filmes é mínima comparada aos outros dois serviços. Entretanto, o seu conteúdo de TV é o melhor disponível para quem busca se manter atualizado nos últimos episódios de seus programas favoritos. O site disponibiliza com rapidez episódios novos de temporadas que estão atualmente sendo transmitidas na televisão.

---

<sup>25</sup> Disponível em: <<http://link.estadao.com.br/noticias/empresas,netflix-pode-superar-audiencia-de-redes-de-televisao-em-2016,10000029207>>. Acesso em: 31 maio 2016.

<sup>26</sup> Disponível em: <<https://omelete.uol.com.br/series-TV/noticia/audiencia-da-TV-americana-cai-50-devido-a-netflix>>. Acesso em: 31 maio 2016.

<sup>27</sup> Fonte: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/03/1748943-o-desafio-do-programa-amazon-prime-e-o-crescimento-internacional.shtml>>. Acesso em: 24 dez. 2016.

Quem utiliza os serviços de *streaming* depende que a empresa adquira o programa ou o filme a que quer assistir. A oferta de programação continua a crescer nestes serviços, mas a relação que se cria com os programas é diferente do que quando se assiste a eles diretamente nos canais de televisão. Os serviços de *streaming* estão primeiramente promovendo um novo mercado para programas antigos. Serviços de *streaming* têm revivido seriados que tiveram seu fim nas telas de televisão há décadas. Programas esquecidos ganham uma nova relevância, engajando novos fãs e proporcionando um novo espaço de debate sobre a sua narrativa.

O conteúdo pode não ser renovado, mas o seriado se ressignifica em um novo contexto e recria-se como uma forma de mediação da realidade. Este fenômeno, inclusive, levou a um movimento de *revivals*, quando seriados que tiveram o seu fim há anos ganham novos episódios, que chegam a ser produzidos pelos serviços de *streaming* e não por seus canais de origem, como foi o caso de *Gilmore Girls* (inicialmente do canal CW, nos Estados Unidos, teve quatro novos episódios produzidos e divulgados pela Netflix).

Os três serviços, entretanto, passaram a criar conteúdo original e não mais somente acervo ou reexibição para trazer algo novo que justificasse a permanência dos assinantes no site. Os programas originais dos serviços de *streaming* se tornam uma maneira de atrair assinantes e de manter o vínculo destes com o produto. A Netflix tem mais destaque com programas originais, com seriados inclusive premiados no Emmy.

A lógica e a vantagem do serviço de *streaming* pago se diferenciam em alguns quesitos nos Estados Unidos e no restante dos países em que são oferecidos. Para os norte-americanos, há a opção de assistir à maioria dos seriados através da televisão em canais abertos ou por assinatura. Em outros países, há seriados aos quais se tem acesso apenas através destes serviços de *streaming*. Da pluralidade de programas produzidos e transmitidos nos Estados Unidos, ou seja, poucos são exportados e disponibilizados nas televisões locais de outros países – o acesso primário aos seriados, neste contexto, acaba ocorrendo não através da televisão, mas pela pirataria e pelos serviços de *streaming* pagos.

## 7. Práticas ressignificadas

Segundo a pesquisa Ericsson Consumerlab – TV and Media 2016<sup>28</sup>, no período de 2010 a 2016 as pessoas passaram 16% menos tempo assistindo à televisão em sua programação linear. Ao mesmo tempo, as horas assistidas de conteúdo sob demanda – como o *streaming* de seriados de televisão – aumentaram em 50%. Desta forma, as definições de televisão estão mudando e se ampliando, tanto no âmbito tecnológico como cultural, redefinindo e recriando relações com os consumidores.

A forma como produzimos, distribuímos, consumimos e circulamos cultura está sendo transformada com as mídias digitais e os seriados de televisão norte-americanos, como produtos culturais, estão ultrapassando fronteiras – geográficas, técnicas, tecnológicas, culturais. Com o surgimento no contexto da indústria cultural, que lhe permitiu se configurar como conteúdo simbólico, a narrativa ficcional seriada na televisão construiu um percurso histórico interligado a mudanças culturais e tecnológicas no âmbito dos Estados Unidos e de um mundo em processo de globalização.

“A transição da televisão para internet é algo que, pelo menos ainda, está longe de ser um processo consolidado” (SILVA, 2014, p. 242), pois a TV, mesmo diante das recentes transformações tecnológicas e culturais, continua a ser o meio de comunicação dominante nos Estados Unidos. Os seriados, contudo, conseguem ocupar um espaço central tanto no modelo tradicional de televisão como nas novas formas de acessar seu conteúdo, configurando-se como uma produção simbólica proeminente da cultura norte-americana.

Com a internet e as tecnologias digitais, os seriados passaram a circular em um nível global que foge do modelo tradicional da exportação de programas de televisão. Observa-se o deslocamento dos seriados de televisão para múltiplas telas e assim também para além das fronteiras dos Estados Unidos, sem depender unicamente de interesses econômicos e comerciais e da exportação de conteúdo simbólico.

Os serviços de *streaming* on-line gratuitos e os sites e softwares de download permitem a circulação de um conteúdo cultural – os seriados –, na internet, a partir de laços criados entre os usuários, que se dispõem a compartilhar episódios, temporadas e

<sup>28</sup> Fonte: <<http://tinyurl.com/zhupgrm>>. Acesso em: 6 nov. 2016.

até séries inteiras às quais têm acesso. Desta forma, descolam-se da tela de televisão, de sua temporalidade e de suas demandas e passam a se tornar tanto uma parte de um universo partilhado de milhares de usuários na web como também de um espaço particular, no qual o espectador agora pode assistir ao programa para além de suas fronteiras de origem, em seu próprio tempo, espaço e tela.

Com estas novas formas de fruição de seriados, surgiram novos hábitos, como *binge-watching* ou maratonas, que Jenner (2014) define como o consumo de ficção seriada assistida por três ou mais horas. O serviço de *streaming* Netflix realizou uma pesquisa entre seus usuários que indicou que 73% dos entrevistados entendem o *binge-watching* como uma atividade de consumir de dois a seis episódios de uma mesma série de uma única vez, em frente a uma tela (televisão, computador, tablet, etc.). Para 79% dos entrevistados, assistir a um seriado dessa forma o torna melhor ou mais interessante e 61% fazem isso de modo regular ao consumirem os episódios.

A possibilidade de realizar maratonas, *binge-watching*, foi popularizada com os serviços de *streaming* pagos pela praticidade, comodidade e facilidade que estes apresentam: é possível assistir a um seriado inteiro ao apertar em um botão (ao clicar o mouse, ao pressionar uma tecla...). Os DVDs já haviam permitido estas formas de consumo de seriados, mas o acesso era extremamente mais limitado e exigia um esforço consideravelmente maior por parte do espectador.

Com os DVDs, era necessário buscar nas lojas o box com cada temporada de um seriado, cuja disponibilidade era limitada, havendo a necessidade de se ter o aparelho para reprodução do disco, inserir o DVD no dispositivo e mudar o disco quando terminasse o número determinado de episódios para dar continuação à temporada. Além de ser necessário o espaço físico para guardar o aparelho e o box de cada temporada do seriado.

O preço também era um diferencial significativo. Com uma assinatura mensal de um serviço de *streaming*, tem-se acesso a milhares de episódios de centenas de seriados (mais filmes, documentários, desenhos animados, etc.). Um box de DVDs de série tradicionalmente se limitava a uma temporada, cujo preço original (sem descontos promocionais) pagaria a assinatura básica de um serviço de *streaming* por alguns meses.

Os DVDs acabaram se posicionando como uma forma de fãs de determinados seriados os terem em casa e poderem assisti-los quando quiserem. Não era um produto

direcionado a novos espectadores, que nunca tinham visto sequer um episódio. Ressalte-se que os serviços de *streaming* permitem que as pessoas iniciem uma série do princípio, sem o comprometimento monetário e de posse, como é o caso do box de DVDs. Nestes serviços, caso o conteúdo não seja de agrado do espectador, ele retorna para o menu inicial e escolhe dentre as outras opções do catálogo. O DVD, depois de aberto, era de posse do espectador, mesmo se não gostasse do conteúdo.

Nos serviços de *streaming*, a maioria dos seriados é disponibilizada através de temporadas completas de uma só vez: o espectador pode assistir a todos os episódios de maneira sequencial sem esperar pelo próximo, o que é o caso do conteúdo exibido em canais fechados e abertos. O usuário também pode ver onde e quando quiser, pode rever o seriado de forma rápida (basta clicar e acompanhar tudo novamente), pode assistir a uma série inteira de três temporadas em dias – tudo depende de sua vontade e não mais da disponibilidade do programa. O espectador não precisa mais esperar que os episódios do seriado que quer ver sejam exibidos novamente, ou comprar posteriormente DVDs com a produção editada.

A disponibilização de temporadas completas contraria a lógica de exibir semanalmente uma produção ficcional. Formam-se, neste contexto, novos espectadores. Há uma transformação radical no espectador, que estabelece uma nova relação com a ficção seriada, e se torna auto-organizador do seu consumo.

[...] O novo espectador controla a forma como assiste aos episódios (tendo a possibilidade de consumi-los do modo tradicional ou do modo compulsivo e ainda os rever), redefinindo as negociações entre a emissão da produção e o receptor. A prática do *binge-watching* não é uma obrigação ao espectador, mas é uma possibilidade em meio a tantas formas de assistir ao produto. Uma possibilidade antes negada nos meios televisivos convencionais (SILVA, 2015, p. 11).

As novas experiências de consumir televisão mudam a maneira como o público lida com o conteúdo; mas os seriados continuam a ser produzidos pela lógica de reprodução semanal das grades de programação. A integridade própria de cada episódio visava que ele fosse visto de forma independente a cada semana e não todos em sequência. A mesma questão aparece nos que diz respeito ao suspense e aos *cliffhangers* inseridos no fim de episódios e temporadas. Atualmente, a tensão gerada ao fim dos episódios tem o propósito não apenas de instigar a curiosidade do espectador e de





garantir sua fidelidade, mas também de provocar a discussão dos episódios nas redes sociais.

A experiência de partilhar a fruição de um seriado está sendo repensada. Assistir a um programa junto ou debatê-lo não exige mais a presença física. É claro que as pessoas ainda assistem ao conteúdo televisivo lado a lado em um mesmo dispositivo, assim como comentam sobre o que viram em casa, no trabalho, nas salas de aula, em bares, etc. Pode-se também, contudo, utilizar as mídias digitais e a internet para compartilhar o ato de ver um seriado.

Os usuários das redes sociais assistem à TV enquanto estão conectados à internet: “a conversação on-line sobre um determinado programa acontece antes, durante e depois que ele vai ao ar” (PROULX; SHEPATIN, 2012, p. 11). As emissoras de televisão estão preocupadas com o diálogo da televisão com a internet – interação alavancada pelos consumidores que passa a ser percebida pelos produtores como uma maneira de incentivar os negócios e também a audiência (COCA; MENDONÇA, 2013).

Mesmo os seriados que são assistidos anos depois de seu lançamento e, muitas vezes, anos depois de seu fim, através de DVDs, serviços de *streaming* e download, geram movimentação na internet, não apenas por meio das redes sociais – que já contam com inúmeras páginas dedicadas a cada seriado –, mas também através de fóruns e sites criados especificamente para o debate de ficções seriadas de televisão.

De fato, as interações sociais relativas às mudanças introduzidas pelas mídias digitais criaram novas relações entre os espectadores e os programas. Novas práticas surgem da relação entre público e seriado com as mídias digitais – como a revelação de *spoilers*, quando uma pessoa compartilha uma informação que desvende elementos importantes de uma história, estragando a experiência do outro que ainda não conhecia a narrativa, e *shipping*, quando se torce para que personagens de uma história tenham um relacionamento.

Ademais, produções encerradas há anos ganham popularidade ao serem adicionadas aos serviços de *streaming*; séries canceladas ganham nova vida ao serem compradas e continuadas por empresas como a Netflix; seriados que já estavam há inúmeras temporadas no ar ganham novos fãs e crescem em audiência ao terem acontecimentos altamente divulgados e compartilhados na internet. A produção e a disponibilização de seriados começaram a se adequar à necessidade dos espectadores e



sua demanda – a pessoa pode escolher acompanhar o programa na televisão, no serviço de *streaming* ou através de downloads no computador, sem estragar a obra ou fazer com que sua fruição tenha melhor qualidade. O consumo de séries varia de acordo com o tipo de espectador, não havendo um jeito certo ou errado de assistir ao conteúdo televisivo.

## 7. Considerações finais

Há duas décadas atrás, dizer “vou assistir a um seriado” teria uma ligação indissolúvel com o aparelho de televisão. Com o avanço dos dispositivos tecnológicos, tanto no âmbito da melhora técnica quanto do alastramento do acesso a estes, a prática de assistir a seriados foi sendo modificada. Tem-se uma circularidade entre dispositivo, consumidor e prática, que se articulam e se moldam um ao outro.

Deram-se apropriações para as mídias digitais que ultrapassaram sua proposta inicial. À medida que as pessoas se apropriam dos dispositivos, os seus usos passam a ganhar novos sentidos: a ideia de assistir à televisão foi repensada e reinventada e seu conteúdo ultrapassou o aparelho e passou a contemplar múltiplas telas – televisão não se refere mais a um objeto a ser assistido, mas a um conteúdo que pode ser também compartilhado, baixado e visto on-line.

A televisão ainda é o aparelho mais presente nas casas dos Estados Unidos. Os hábitos, contudo, das novas gerações, indicam que isso está mudando. Não, entretanto, na substituição do conteúdo televisivo por outras formas de entretenimento, mas na alteração da forma de acompanhá-lo. Não se almeja mais com a mesma veemência a assinatura de canais pagos e sua pluralidade de opções, mas buscam-se dispositivos capazes de centralizar uma miríade de funções: acessar à internet, conectar-se com serviços de *streaming*, utilizar aplicativos e ligar-se a outras mídias digitais. Neste contexto, os canais abertos ganham nova relevância e mostram-se suficientes para um público que passa a ter nestes aparelhos uma forma de acessar os conteúdos desejados, sem a necessidade de contratar o serviço de televisão por assinatura.

A TV era uma experiência doméstica, presa à temporalidade das emissoras. Agora, há a possibilidade de assistir a séries como, onde e quando quiser: a escolha é do espectador. O conteúdo se descola do aparelho de televisão e pode se tornar também

móvel, com dispositivos portáteis, e dotado de uma temporalidade fluída – ver a qualquer hora, podendo pausar e continuar em outro momento.

Vale notar que os novos dispositivos não substituem a televisão e a prática de assistir por meio do aparelho. Estas, inclusive, renovaram-se e modernizaram-se para possibilitar novas formas de fruição do conteúdo televisivo. As *smart TVs*, por exemplo, possibilitam acesso a serviços de *streaming*, a gravação da programação normal e a conexão com o computador. Não obstante, mudanças que ocorrem e conectam diferentes esferas da sociedade não são súbitas – há uma adaptação de dispositivos e consumidores. Outrossim, as práticas se reinventam e se renovam com o passar do tempo e a criação de uma nova forma de fruição do conteúdo televisivo não significa a eliminação de outra: elas convivem e não se substituem, mas se articulam e se influenciam.

## Referências

ANDERSON, C. **A cauda longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. São Paulo: Campus, 2006.

CARLOS, C. S. **Em tempo real**: Lost, 24 horas, Sex and the City e o impacto das novas séries de TV. São Paulo: Alameda, 2006.

CASTELLS, M. **Communication Power**. New York: Oxford University Press, 2009.

COCA, A. P.; MENDONÇA, B. Segunda tela: a internet pervasiva como extensão dos conteúdos televisuais. **Mídia e Cotidiano**, 3, p. 449-463, 2013. Disponível em: <<http://www.ppgmidiaecotidiano.uff.br/ojs/index.php/Midecot/article/view/78>>. Acesso em: 10 jul. 2018.

\_\_\_\_\_; SANTOS, A. T. Formatos de ficção seriada televisual: tradições e perspectivas. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 37 2013, Foz do Iguaçu. **Anais...** 2013. p. 1-15. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-1243-1.pdf>>. Acesso em: 10 jul. 2018.

DUARTE, E. B. Preâmbulo: algumas considerações sobre ficção televisual brasileira. In: JOST, F. **Do que as séries americanas são um sintoma?**. Porto Alegre: Sulina, 2012. p. 11-22.

FISKE, J.; HARTLEY, J. **Reading Television**. Nova York: Routledge, 2004.



HAMBURGUER, E. **O Brasil antenado: a sociedade da novela**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

JENNER, M. (2014) Is this TVIV? On Netflix, TV III and binge-watching. **New Media & Society**, p. 1–18, 2014. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444814541523>> Acesso em: 20 nov. 2018.

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

JOST, F. **Do que as séries americanas são sintoma?**. São Paulo: Sulina, 2012.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **Mídias culturais e cinema na era hipermoderna**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

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

MITTEL, J. Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea. **Matrizes**, 2, p. 29-52, 2012. Disponível em: <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/337>>. Acesso em: 10 jul. 2018.

MOREIRA, L. F. A narrativa seriada televisiva: o seriado Mandrake produzido para a TV a cabo HBO. **Ciberlegenda**, 19, p. 1-17, 2007.

MURPHY, S. **How Television Invented New Media**. Nova Jersey: Rutgers University Press, 2011.

NEIVA, E. **Dicionário Houaiss de comunicação e multimídia**. São Paulo: Publifolha, 2013.

PALLOTINI, R. **Dramaturgia de televisão**. São Paulo: Ática, 1988.

PROULX, M.; SHEPATIN, S. **Social TV: how marketers can reach and engage audiences by connecting television to the web, social media and mobile**. Nova Jersey: John Wiley & Sons, 2012.

SANTOS, M. B. De I Love Lucy a Lost: aspectos históricos, estruturais e de conteúdo das narrativas televisivas norte-americanas. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Intercom Sul, 11, 2010, Novo Hamburgo. **Anais...** 2010. p. 1-15. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/R20-0719-1.pdf>>. Acesso em: 10 jul. 2018.

SILVA, A. L. A prática de binge-watching nas séries exibidas em streaming: sobre novos modos de consumo na ficção seriada. In: Congresso Internacional em Comunicação e Consumo, 2015, São Paulo. **Anais...** 2015. p. 1-15. Disponível em: <[http://anais-comunicon2015.espm.br/GTs/GT2/9\\_GT02-LOPES%20\\_SILVA.pdf](http://anais-comunicon2015.espm.br/GTs/GT2/9_GT02-LOPES%20_SILVA.pdf)>. Acesso em: 10 jul. 2018.



SILVA, M. V. Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. **Galáxia**, 27, p. 241-252, jul. 2014.

URICCHIO, W. Contextualizing the Broadcast Era: Nation, Commerce and Constraint. **Annals of the American Academy of Political and Social Science**, p. 60-73, 2009. Disponível em: <<http://ann.sagepub.com/content/625/1/60>>. Acesso em: 10 jul. 2018.

WILLIAMS, R. **Television: technology and cultural form**. Londres: Routledge, 2003.

**Submetido em: 30/10/2018. Aprovado em: 30/11/2018.**