COMUNICAÇÃO: TRANSFORMAÇÃO E INTERAÇÃO

Frederico Celestino Barbosa

Comunicação: transformação e interação

1ª ed.

Piracanjuba-GO
Editora Conhecimento Livre
Piracanjuba-GO

1ª ed.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Barbosa, Frederico Celestino
B238C Comunicação: transformação e interação

/ Frederico Celestino Barbosa. – Piracanjuba-GO

Editora Conhecimento Livre, 2021

47 f.: il

DOI: 10.37423/2021.edcl332

ISBN: 978-65-89955-73-3

Modo de acesso: World Wide Web

Incluir Bibliografia

1. transmissão 2. emissor 3. receptor I. Barbosa, Frederico Celestino II. Título

CDU: 70

<https://doi.org/10.37423/2021.edcl332>

O conteúdo dos artigos e sua correção ortográfica são de responsabilidade exclusiva dos seus respectivos autores.

EDITORA CONHECIMENTO LIVRE

Corpo Editorial

Dr. João Luís Ribeiro Ulhôa

Dra. Eyde Cristianne Saraiva-Bonatto

Dr. Anderson Reis de Sousa

MSc. Frederico Celestino Barbosa

MSc. Carlos Eduardo de Oliveira Gontijo

MSc. Plínio Ferreira Pires

Editora Conhecimento Livre

Piracanjuba-GO

2021

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	5
CONTRIBUIÇÕES TEÓRICAS DE SKINNER E GAGNÉ E SUAS CORRELAÇÕES	
Alisson dos Santos Oliveira	
Karen Alves Andrade Moscardini	
DOI 10.37423/210904713	
CAPÍTULO 2	14
MIDIATIZAÇÃO DA SAÚDE E PLATAFORMAS DIGITAIS: A SÍNDROME DE TURNER NO	
CANAL DO YOUTUBE BROOKE TV	
Maria do Carmo Pasquali Falchi	
DOI 10.37423/210904749	
CAPÍTULO 3	31
DO GLOBAL OU LOCAL: UM ESTUDO SOBRE A PERCEPÇÃO IDENTITÁRIA DOS	
ESPECTADORES A PARTIR DE NARRATIVAS SERIADAS NETFLIX	
Carolina Fernandes da Silva Mandaji	
Willian Batista Salvario	
DOI 10.37423/211004791	

Capítulo 1

10.37423/210904713

CONTRIBUIÇÕES TEÓRICAS DE SKINNER E GAGNÉ E SUAS CORRELAÇÕES

Alisson dos Santos Oliveira

Instituto Federal do Paraná (IFPR)

Karen Alves Andrade Moscardini

Instituto Federal do Paraná (IFPR)

Resumo: No presente artigo, são apresentadas as contribuições de dois grandes pesquisadores que influenciam as práticas e políticas pedagógicas, Burrhus Frederic Skinner e Robert Gagné, as teorias são apresentadas com destaque em seus pontos principais e suas contribuições para a área da educação e os objetivos visam à correlação destas teorias, expondo suas diferenças e suas similaridades, usando como método, a pesquisa bibliográfica.

Palavras chaves: Educação, Teorias da aprendizagem, Ensino, Psicologia da Educação.

INTRODUÇÃO

A educação ao longo do tempo passou por significativas mudanças, e sofre influências de diversos pesquisadores, que buscaram compreender o processo de aprendizagem. Essa busca impulsionada pelo movimento da escola nova afinou os caminhos da educação com a psicologia e, como consequência desta evolução na educação uma nova área da psicologia foi observada, e que hoje, é amplamente documentado e discutida, denominada psicologia da educação (BOCK, 2003).

O presente artigo busca entender as relações teóricas, sejam elas positivas ou negativas, entre dois grandes teóricos da área da psicologia da educação, Burrhus Frederic Skinner (1904-1990) e Robert Gagné (1916-2002), e o alcance de suas contribuições para a aprendizagem escolar e suas relações com as diferentes formas e estratégias de ensino.

CONTRIBUIÇÕES DE SKINNER

Skinner, teórico behaviorista, foi o que mais influenciou o entendimento do processo de ensino e de aprendizagem na área da educação (OSTERMANN; CAVALCANTI, 2010).

Interpretando os métodos teóricos de Skinner, Ostermann e Cavalcanti (2010) destacam que a concepção de aprendizagem para este autor é uma relação com a modificação do desempenho, ou seja, o bom ensino dependerá de uma organização eficiente e de condições estimuladoras, tendo como resultado o aluno sair da situação de aprendizagem diferente de como entrou. E assim, o ensino, para Skinner, é um processo de condicionamento através do uso de reforço das respostas que se quer obter.

Os sistemas para instrução têm como foco o controle do comportamento individual com instruções objetivas predeterminadas. É um enfoque diretivo do ensino, que objetiva o controle das condições que cercam o organismo e como ele se comporta reagindo a elas (OSTERMANN; CAVALCANTI, 2010).

O intuito do behaviorismo, segundo Ostermann e Cavalcanti (2010), é o estudo científico do comportamento e assim descobrir as leis naturais que regem as reações do ser que possui a capacidade de aprender, a fim de aumentar o controle das variáveis que afetam seu aprendizado. Assim, o behaviorismo considera como componentes da aprendizagem a motivação, a retenção, a transferência, que resultam da aplicação do comportamento operante.

Ainda segundo Ostermann e Cavalcanti (2010) Skinner, define que o comportamento que é aprendido é uma resposta de estímulos que vieram externamente, controlados por meio de reforços que ocorreram com ou após a resposta:

"(...) Se a ocorrência de um comportamento operante é seguida pela apresentação de um estímulo (reforçador), a probabilidade de reforçamento é aumentada" (OSTERMAMM; CAVALCANTI, 2010, p. 13).

Ostermann e Cavalcanti (2010) interpretam que os métodos de ensino de Skinner são um conjunto de procedimentos e técnicas necessários para construir um controle das condições ambientais que irão garantir a transmissão e recepção das informações. E, nesse processo, o professor deve, primeiramente, modelar respostas apropriadas aos objetivos instrucionais e, acima de tudo, conseguir o comportamento adequado pelo controle do ensino (OSTERMAMM; CAVALCANTI, 2010).

Seguindo as interpretações de Ostermann e Cavalcanti (2010), o processo de ensino aprendizagem de Skinner é dividido por etapas, que são elas:

- Estabelecimento de comportamentos terminais, através de objetivos instrucionais;
- Análise da tarefa de aprendizagem, a fim de ordenar sequencialmente os passos da instrução;
- Executar o programa, reforçando gradualmente as respostas corretas correspondentes aos objetivos.

CONTRIBUIÇÕES DE GAGNÉ

Robert Gagné (1916-2002) tem sua linha teórica entre o behaviorismo e o cognitivismo por falar, de um lado, em estímulos e respostas e, do outro, em processos internos da aprendizagem, pode ser considerado o pioneiro deste pensamento teórico (OSTERMAMM; CAVALCANTI, 2010).

Para este autor, a aprendizagem é um processo de modificação na disposição ou na capacidade cognitiva do homem, que não pode ser simplesmente atribuída às fases de crescimento ou desenvolvimento natural da mente humana. A aprendizagem é iniciada pelo estímulo do ambiente externo, que provocará uma modificação de comportamento, que é observada como desempenho humano. Mas, ao contrário da linha teórica de Skinner e outros behavioristas, Gagné se preocupa com o processo de aprendizagem, com o que efetivamente é realizado na mente humana (OSTERMAMM; CAVALCANTI, 2010).

Ainda seguindo as interpretações de Ostermann e Cavalcanti (2010), Gagné, distingue entre eventos externos e internos da aprendizagem, sendo os primeiros a estimulação que atinge o estudante e os produtos que resultam de sua resposta, e os últimos, são atividades internas que ocorrem no sistema nervoso central do estudante.

Ostermann e Cavalcanti (2010), ainda interpretam que os eventos internos da teoria de Gagné, e que compõem o ato de aprendizagem, definem uma série típica desses eventos, que podem ser entendidas através das seguintes fases:

(...) fase de motivação (expectativa), fase de apreensão (atenção; percepção seletiva), fase de aquisição (entrada de armazenamento), fase de retenção (armazenamento na memória), fase de rememoração (recuperação), fase de generalização (transferência), fase de desempenho (resposta) e fase de retroalimentação (reforço) (OSTERMANN; CAVALCANTI, 2010, p. 14).

Para Gagné a aprendizagem estabelece estados persistentes no discente, os quais ele nomeia de capacidades humanas que são: informação verbal, habilidades intelectuais, estratégias cognitivas, atitudes e habilidades motoras. E a função de ensinar, para este pensador, é organizar as condições exteriores próprias à aprendizagem com a finalidade de ativar as condições internas. E nesta linha de raciocínio, o professor deve promover uma aprendizagem instrutiva que consistiria em um conjunto de eventos externos planejados com o propósito de iniciar, ativar e manter a aprendizagem do aluno (OSTERMANN; CAVALCANTI, 2010).

COMPARATIVO TEÓRICO ENTRE SKINNER E GAGNÉ

Sintetizando as duas teorias de aprendizagem, sendo uma behaviorista clássica e outra de transição entre o behaviorismo clássico para o cognitivo, e suas implicações para o ensino e a aprendizagem, conclui-se que a teoria de Skinner clássica difere em evolução da teoria de Gagné que evoluiu para uma predominância cognitiva.

Nesse processo de evolução, foram adicionados novos componentes para compreender a aprendizagem, sendo a inclusão de uma série específica de eventos que acompanham cada ato da aprendizagem, organização de resultados de aprendizagem e condições específicas necessárias para alcançar cada resultado.

E é o contrário da linha teórica de Skinner, pois Gagné se preocupa com o processo de aprendizagem, com o que efetivamente é realizado na mente humana (OSTERMANN; CAVALCANTI, 2010).

Nessa comparação, a concepção de Skinner se liga a uma questão de modificação do desempenho, assim, o bom ensino dependerá da organização eficiente das condições estimuladoras, que resultarão na saída do discente da situação de aprendizagem inicial da final. E nesta definição, o ensino se torna um processo de condicionamento que utiliza o reforço de respostas que se quer obter (OSTERMAMM; CAVALCANTI, 2010).

Os dois teóricos utilizam de fases para organizar o processo de aprendizagem, porém, de um lado, Skinner, com estabelecimento de comportamentos terminais, através de objetivos instrucionais e análise da tarefa de aprendizagem, a fim de ordenar sequencialmente os passos da instrução e executar o programa, reforçando gradualmente as respostas corretas correspondentes aos objetivos, do outro, Gagné, define como foco as capacidades cognitivas internas e como o ensino interage com a mente humana em suas fases cognitivas e a organização taxonômica de assimilação do aprendizado, e essas fases compreendem a expectativa, a atenção, a entrada de armazenamento, o armazenamento na memória, a recuperação, a transferência, a resposta e o reforço (OSTERMAMM; CAVALCANTI, 2010).

As diferenças são visualizadas em maior destaque na tabela a seguir:

QUADRO 1 – COMPARATIVO TEÓRICO

DIFERENÇAS	SKYNNER	GAGNÉ
Quanto aos fatores internos e externos no desenvolvimento	É um processo de condicionamento através do uso do reforço das respostas que se quer obter.	É um processo de modificação na disposição ou na capacidade cognitiva do homem, que não pode ser simplesmente atribuída às fases de crescimento ou desenvolvimento natural da mente humana.
Quanto à construção real.	Alterações observadas no comportamento do sujeito.	Distingue entre eventos externos e internos da aprendizagem, sendo os primeiros a estimulação que atinge o estudante e os produtos que resultam de sua resposta e os últimos são atividades

		internas que ocorrem no sistema nervoso central do estudante.
Quanto à aprendizagem.	Trata a aprendizagem como uma questão de conexões entre estímulos e respostas Comportamentos (respostas) são eliciados por estímulos (condições que levam aos comportamentos).	Processo de compreensão, transformação, armazenamento e uso da informação envolvida na cognição
Quanto ao papel do educador.	Princípio - repetir padrões de comportamento até que eles sejam “incorporados”, feitos automaticamente.	Deve promover uma aprendizagem instrutiva que consistiria em um conjunto de eventos externos planejados com o propósito de iniciar, ativar e manter a aprendizagem do aluno.

Fonte: O autor

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As relações que as teorias possuem e suas particularidades contribuem com a qualidade do ensino em sala de aula, orientando o planejamento e processos das práticas educacionais, podendo ser utilizadas em conjunto, ou mesmo aplicadas individualmente.

O ensino deve compreender a maior variabilidade estratégica para as diferentes formas de aprendizagem, não limitando o método de ensinar e buscando os diferentes pontos estratégicos do ensino, aliado com as múltiplas teorias educativas, assim, esse artigo servirá de apoio a atuais ou futuros educadores que buscam apoio e orientação em fundamentações teóricas, para melhorarem seu desempenho em sala de aula.

Portanto, a matriz do método, que é a educação concebida como um momento do processo global de transformação revolucionária da sociedade, é um desafio toda situação pré-revolucionária e sugere a criação de atos pedagógicos humanizantes (e não humanísticos) que se incorporam em uma pedagogia da revolução (GADOTTI, 1991, p. 37).

E assim, interpretando Gadotti (1991) não é possível conscientizar os indivíduos isoladamente e sim uma comunidade no todo, e que esta, seja totalmente solidaria com o respeito às situações comum,

e é por métodos e meios, que se atinge em maior amplitude a educação e o ensino para todos, tornando fundamentais os conhecimentos teóricos pedagógicos, para aplicação em salas de aula.

REFERÊNCIAS

BOCK, A M B. Psicologia da Educação: Cumplicidade ideológica. In: Meira ME, Antunes MAM, eds. Psicologia escolar: Teorias críticas. São Paulo: Casa do Psicólogo; 2003.

GADOTTI, M. Paulo Freire: su vida y su obra. Bogota: Codecal, 1991.

OSTERMAMM, FERNANDA; CAVALCANTI, CLAUDIO HOLANDA. Teorias de Aprendizagem. Porto Alegre, 2010. 40 p. Disponível em: http://www.ufrgs.br/sead/servicos-ead/publicacoes-1/pdf/Teorias_de_Aprendizagem.pdf>. Acesso em: 26 Out. 2017.

Capítulo 2

10.37423/210904749

MIDIATIZAÇÃO DA SAÚDE E PLATAFORMAS DIGITAIS: A SÍNDROME DE TURNER NO CANAL DO YOUTUBE BROOKE TV

Maria do Carmo Pasquali Falchi

Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Resumo: As plataformas digitais são espaços de ação onde pacientes podem elaborar novas compreensões sobre uma determinada doença, interagir e diversificar conhecimentos, e se apropriar dos recursos disponíveis. Sendo assim, inseridos em uma sociedade em vias de midiatização, se compreende que no meio online se ampliam as possibilidades dos indivíduos de se conectarem com sujeitos que possuem as mesmas vivências. Este artigo tem o objetivo de, por meio dos conceitos de midiatização e plataformas digitais, fazer uma reflexão sobre as experiências comunicacionais das pacientes com Síndrome de Turner no canal do Youtube Brooke TV. As articulações no ambiente online permitem a criação de conteúdo pelas pacientes, uma maior interação em grupo, a criação de um espírito colaborativo e o empoderamento desses sujeitos, ao expandirem os conhecimentos sobre a síndrome.

Palavras-chave: plataformas digitais; midiatização; socialização online; síndrome de Turner.

INTRODUÇÃO

A ampliação do uso das plataformas digitais é uma realidade cada vez mais presente no cenário contemporâneo, espaço que proporciona tensionamentos e intersecção entre as mais diferentes áreas: política, economia, entretenimento, entre outros. Um exemplo desse fenômeno é uma porosidade maior entre os campos da comunicação e da saúde, e uma crescente preocupação dos próprios indivíduos em produzir e disseminar informações sobre doenças ou questões relativas à saúde que não ganham destaque midiático. Ou seja, o conteúdo disponibilizado também é criado e compartilhado, no ambiente online, pelos pacientes. Essa transformação provoca um deslocamento de saberes canônicos, antes restritos a um pequeno grupo de profissionais e que agora são de conhecimento público.

Como apontam Couldry e Hepp (2020), as plataformas digitais aumentam capacidade de agir das pessoas, proporcionando uma atuação conjunta e em harmonia, sendo assim, um espaço de encontro e ação. Isso pode ser percebido especialmente em casos onde determinadas temáticas não ganham visibilidade nas mídias tradicionais, e os sujeitos envolvidos acabam encontrando nas mídias sociais uma forma de se manifestarem, como por exemplo as pacientes com Síndrome de Turner (ST)¹. Por ser uma desordem cromossômica rara, é difícil que meninas e mulheres com a síndrome tenham contato face a face. Todavia, através de um processo de observação primário, se percebeu que a produção de conteúdo e as interações entre essas pacientes no ambiente online são intensas e ocorrem de múltiplas formas.

As meninas e mulheres com a síndrome e seus familiares, compartilham informações médicas – ampliando o conhecimento disponível sobre a síndrome - postam fotos, tiram dúvidas, conversam e contam histórias pessoais. Através da presença nas plataformas digitais e das possibilidades comunicacionais, as pacientes elaboram novas compreensões sobre a ST, estabelecem contato com outras pessoas – ampliando a socialização, criam um senso de comunidade, disseminam e diversificam os conhecimentos sobre a síndrome, se comunicam de novas formas e se apropriam dos recursos disponíveis para interagirem. Ou seja, as trocas comunicacionais e a produção de conteúdo por parte das mulheres e meninas com a desordem cromossômica se deram por meio de mudanças culturais, sociais e tecnológicas em um cenário onde a comunicação se torna cada vez mais importante em um processo de socialização. A proposta desse artigo é discutir os construtos comunicacionais sobre ST no canal do YouTube Brooke TV, a luz dos conceitos teóricos da midiatização e das plataformas digitais. O objetivo é refletir sobre a abordagem midiática feita por uma paciente sobre a desordem

cromossômica em questão e as interações decorrentes da mesma. Para tanto, o presente artigo é dividido em três seções. Primeiro será feita uma reflexão teórica sobre o conceito de mediatização e suas implicações na sociedade contemporânea. A seguir será apresentada uma breve discussão sobre plataformas digitais e sua implicação na mediatização da saúde. Na terceira parte será feita uma reflexão sobre os vídeos com temática sobre Síndrome de Turner no canal Brooke TV.

1. MEDIATIZAÇÃO

Mediatização é um conceito que admite diversas significações, todavia não possui vários significados (FAXINA, GOMES, 2016). Como aponta Fausto Neto (2008), no cenário de mediatização da sociedade que estamos vivenciando, é fundamental compreender que a organização da sociedade e suas operações estão atravessadas por lógicas midiáticas.

Ou seja, com o processo de mediatização, ferramentas e processos que anteriormente pertenciam apenas aos meios de comunicação, agora estão nas mãos dos sujeitos sociais. Estes são capazes de produzir conteúdo, compartilhar, opinar e ressignificar acontecimentos e produtos midiáticos. Portanto, no cenário em que nos encontramos, os processos midiáticos se atualizam, fazendo com que a cultura da mídia esteja presente não somente sobre artefatos midiáticos, mas também sobre os processos sociais.

São os meios eletrônicos (a mídia) que desempenham o papel de dispositivos enunciativos da informação. Nela se percebe um processo de significação que contempla a construção do discurso nas suas diversas configurações – tanto construções verbais como não verbais (por imagens, gestos e ações). No marco das possibilidades comunicativas, a mídia escolhe determinados conceitos, imagens e gestos com os quais elabora um processo enunciativo que permite a comunicação *com* e *para* a sociedade. No mesmo movimento, a mídia desenvolve uma dinâmica de processos socioculturais. A importância dessa dinâmica reside no fato de que qualquer processo significativo incide diretamente nas relações sociais. Essas, por sua vez, condicionam, determinam e influenciam tanto os processos de significações como a mídia na sua atuação comunicativa. (GOMES, 2016, p. 16)

Nessa perspectiva, na sociedade em mediatização é possível identificar a complexidade das relações sociais existentes, por meio da observação da totalidade dos dispositivos tecnológicos de produção, criação e difusão (FAXINA, GOMES, 2016). Ademais, Rosa (2017) ressalta que no processo de mediatização da sociedade há a complexificação das relações entre os sujeitos e da produção de sentidos originadas através delas. Hepp (2014) enfatiza que nessa sociedade mediatizada se analisa a inter-relação entre a mudança da mídia e comunicação por um lado, e a mudança da cultura e da sociedade por outro, assim devemos ver a mediatização como uma transformação das configurações

transmidiáticas. Dessa forma, se percebe que na sociedade em vias de midiatização as lógicas midiáticas estão presentes nos mais diversos setores, permitindo novas mudanças e intersecções na sociedade contemporânea.

As ferramentas que contribuem para a ocorrência das relações pessoais resultam da compreensão coletiva e individual. É criado um novo ambiente matriz – que seria a sociedade em midiatização – onde as invenções e sofisticções tecnológicas incidem nas formas de pensar, agir e ser em sociedade (GOMES, 2017). Assim, Braga (2015) aponta algumas das características da sociedade em midiatização: o atravessamento de diversos campos sociais, a ampliação das interações e a constituição de novos circuitos. Por isso essas lógicas seriam mais diversificadas e plurais. Portanto, estaríamos inseridos em uma nova ambiência, como aponta Gomes (2017), onde os sujeitos apresentam um novo modo de ser no mundo

2. Plataformas Digitais

As plataformas digitais permitem a compreensão do social por meio dos diversos mecanismos de interação, conversação e divulgação. São estruturas dinâmicas e que estão inseridas na cultura e na sociedade. Por meio delas, os usuários tem ao seu alcance inúmeras possibilidades de ações que reúnem entidades em novas formas de significância. (BUCHER, HELMOND, 2017)

Aqui, será adotada a abordagem de Van Djick (2018), que diz que plataforma é uma “arquitetura digital programável, projetada para organizar interações entre usuários” (p.4). São justamente as interações e articulações o foco desse estudo, sejam elas entre os usuários e administradores de páginas ou entre os próprios seguidores. Ainda de acordo com a autora, a interação pode ocorrer também com o conteúdo compartilhado, uma vez que este pode envolver conversa, compra, pesquisa, ouvir música, assistir um vídeo ou filme. Também chama a atenção o fato de explicitar que a arquitetura é programável, ou seja, muda de tempos em tempos, se molda de acordo com as necessidades do mercado e dos usuários, e também é adaptável aos usos e apropriações que são feitas por aqueles que as utilizam.

Sendo assim, como apontam Bucher e Helmond (2017), duas plataformas não são iguais, mesmo que tenham funcionalidades parecidas. Essa flexibilidade pode se refletir nos diversos âmbitos dessas estruturas, seja na interface, no design, na forma de compartilhamento ou normatização. Portanto, é

necessário pensar nas tensões e contradições estabelecidas entre as lógicas da plataforma e o que é aplicado pelos usuários.

Ademais, é necessário refletir sobre a relação das plataformas na sociedade em midiatização. Como nos aponta Montardo (2019), as plataformas digitais dão forma a um fenômeno cultural, ao mesmo tempo em que o afeta, assim os objetos inseridos na cultura digital são inacabados, uma vez que moldam e são moldados por questões sociais, técnicas, econômicas, culturais e políticas. A midiatização da sociedade também possui esse caráter de mão dupla, onde os processos nela envolvidos incidem e são concomitantemente incididos pelos fenômenos sociais, culturais e tecnológicos. Como nos apresenta Gomes (2016), ao mesmo tempo que a midiatização é resultante das relações, inter-relações, conexões e interconexões dos usos que a sociedade faz dos meios, ela também representa um novo ambiente social com implicações nas conexões, interconexões, relações e inter-relações.

Ao mesmo tempo em que por meio das plataformas as pessoas estabelecem novos contatos e pensam em novas formas de compartilhar, os protocolos estabelecidos por cada uma dessas plataformas digitais moldam a forma como essa interação ocorre, as possibilidades comunicacionais de fazer com que a informação chegue às pessoas, e a maneira como o conteúdo é elaborado e divulgado. Assim, a “plataforma é antes um mediador, que transforma e interfere no curso da ação do que apenas um intermediário, que facilita ação” (GILLESPIE, 2010 *apud* MONTARDO, 2019, p. 171). Dessa forma, se percebe o caráter heterogêneo das plataformas em suas constituições, protocolos, funcionalidades, tensões e adaptabilidade, ou seja, a compreensão das especificidades de cada uma delas é essencial para a pesquisa inserida nesse contexto.

2.1 Plataformas digitais na midiatização da saúde

Na cultura digital há uma alteração das formas e processos de circulação, que vem a permitir o estabelecimento da comunicação entre os diferentes e a ampliação da visibilidade (PEREIRA DE SÁ, 2019). Processo esse, que é ampliado e amplificado pelas plataformas digitais, pois além de uma mudança na percepção de tempo e espaço, as interações são múltiplas e o acesso à informação é diversificado. Portanto, como fala Van Dijck (2013), o compartilhamento de conteúdo nas plataformas digitais melhora a conectividade entre as pessoas e ajuda na aquisição de um palco global de visualização. Dessa forma, o ambiente online se torna um ‘palco’ para causas e temas que não possuem destaque na discussão pública ou que são pouco representados pelas mídias tradicionais. Os

usuários se apropriam das ferramentas e das informações tácitas para criarem conteúdos que deem ênfase a voz e as vivências desses sujeitos. Esse é o caso das pacientes com ST, que por meio de sites, blogs, páginas no Facebook, Instagram e canais no YouTube, realizaram diversas experiências comunicacionais.

Ademais, as plataformas digitais são vistas como um sistema integrativo de impulsos, desejos, frustrações (KERCKHOVE, 2014), ambições, emoções e experiências. Isso se reflete também nos pacientes que por meio da internet não buscam somente por dados e conhecimento sobre as suas enfermidades, mas também procuram por grupos de apoio e por indivíduos que enfrentem as mesmas situações que eles. Sendo assim:

As interações dos usuários [nas plataformas digitais] foram estruturadas em torno de emoções, informação e construção de comunidade. Eles trocam informações médicas e de estilo de vida, e dão grande valor as experiências pessoais, opinião e conselho de quem passa pela mesma situação [...]. Ajudam a informar sobre questões como sintomas, diagnóstico, medicamentos e efeitos colaterais (ZHANG *et al*, 2013, p.1).

Dessa forma, as interações, articulações e construtos comunicacionais presentes no ambiente online são resultado do contexto tecnológico, cultural, social e pessoal de cada usuário; e a partir das interpretações feitas pelos demais interagentes, novas significações são atribuídas aos conteúdos postados. Ou seja, como ressaltam Martinuzzo e Sangalli (2015), as plataformas digitais e tecnologias constroem a percepção de existência, formas de representação e afetam a subjetivação. Isso porque ao buscar por informações sobre saúde, por novas conexões e redes de apoio o paciente acaba reconfigurando a sua concepção sobre a doença e mudando a forma como se relaciona com o mundo.

Além disso, outra questão presente no caso de pacientes que se apropriam das plataformas digitais é a possibilidade de contar a própria história. De acordo com Zhao (2007), isso permite um melhor entendimento de quem somos, pois “a auto revelação é importante para o auto entendimento. Para contar uma história sobre nós, temos que nos olhar, refletir sobre nós e colocar coerência e articulação” (p.151). Aqui emerge um outro ponto fundamental: externalizar a própria voz como uma forma de auto elaboração e de compreensão da doença. Ou seja, não é apenas uma busca simples de informações sobre diagnóstico e tratamento, a presença no ambiente online serve como uma forma de auto organização para os pacientes.

Todas essas transformações decorrem do fato de que por meio da interação, da busca constante por informações e da produção de conteúdo, os pacientes acabam criando novas expertises. Eles também acessam as plataformas digitais para se relacionarem com pessoas que compartilham das mesmas

vivências, para ler e enviar mensagens de aconselhamento e apoio. O benefício dessa estratégia é a possibilidade de pedir por mais explicações, debater assuntos importantes e que ficam fora das discussões do circuito médico e gerir a própria doença. Não tem o intuito de substituir os saberes médicos, mas sim de completá-lo (FLICHY, 2016).

Sendo assim, é possível observar que por meio das trocas sociais e culturais e do estabelecimento de novas conexões os saberes sobre saúde circulam, ganham novas dimensões e são apropriados por pacientes, que por meio de linguagem mais acessível ao público leigo reconfiguram informações que antes eram apenas de domínio médico. Esse processo é tão intenso que surge a necessidade do uso das plataformas para ampliar, compartilhar e se articular com outros sujeitos, por meio de um processo de coprodução e ressignificação de sentidos. Como afirma Sales (2019), o que importa são as motivações próprias para a criação de conteúdos comunicacionais e se o conteúdo produzido chega a novos indivíduos, para que eles absorvam o conhecimento e repassem a informação.

Além da produção e compartilhamento de conteúdo no espaço online, as plataformas também permitem o relacionamento e articulações entre os sujeitos. Ou seja, é mais do que a identificação com uma temática, é a formação de grupos e interações em um processo de socialização que ocorre em nível material e também simbólico (FERREIRA; LIMA, 2016). Todos esses processos são possíveis devido a dois fatores já explicitados anteriormente: a arquitetura das plataformas digitais e a midiatização da sociedade. A possibilidade de sujeitos expressarem sua voz e produzirem conteúdo para uma grande quantidade de pessoas, assim como a diminuição das barreiras entre os campos da comunicação e da saúde são reflexos de uma sociedade cada vez mais midiaticizada. Cenário amplificado pelos recursos oferecidos pelas plataformas digitais e pelas apropriações que os sujeitos fazem delas. Esse quadro se encaixa ao observar o fenômeno da produção de construtos comunicacionais e das interações de pacientes no ambiente online, como uma forma para buscar de informações sobre a doença, estabelecer novas conexões, relatar uma história pessoal e dar visibilidade a um tema que muitas vezes não está presente nas discussões públicas.

3. O caso Brooke TV

O canal do Youtube Brooke TV é comandado pela norte-americana Brooke Gonsalves. Este foi lançado em 2014 com o objetivo de relatar o planejamento para o casamento dela, porém aos poucos, os vídeos passaram a abordar outras temáticas como hobbies, saúde mental, e síndrome de Turner. Os

vídeos relativos à ST começaram a ser produzidos em 2016 pela youtuber, para o compartilhamento de experiências pessoais e dar voz à história dela.

Os tópicos apresentados sobre a desordem cromossômica abrangem uma multiplicidade de assuntos: sintomas, tratamentos, compartilhamentos de vivências relativas as diferentes dimensões da síndrome, dúvidas frequentes, aspectos psicológicos relacionados a ST e assuntos que possam estar circulando na internet sobre a desordem cromossômica.

Assim como as temáticas são diversas, os cenários também: não há um local fixo para a gravação do conteúdo: são feitos em diferentes cômodos da casa da youtuber ou na rua. O mesmo é possível dizer do enquadramento e da forma como os vídeos são gravados, pois é perceptível que algumas vezes é feito com tripé, outras ela segura o equipamento.

Por meio do uso de recursos midiáticos e linguísticos, a youtuber tenta ser informal, tirando o aspecto médico dos vídeos. Essa coloquialidade pode ser vista pela própria ação diante das câmeras: muitas vezes ela está tomando chá, em outros momentos ela introduz o vídeo falando sobre a temperatura ou sobre seus animais de estimação. A linguagem também tem marcas de informalidade, como por exemplo ao iniciar o vídeo ela diz “ today we are talking Turner Syndrome”, quando o correto pela lingua inglesa seria ‘today we are talking about Turner Syndrome’². Outro ponto é que ela tenta incluir os seguidores na sua fala, como no ao usar o pronome ‘we’ (nós) ela traz quem assiste o vídeo para dentro da conversa. Em vários momentos ela também usa o pronome ‘você’, mostrando que ela não está sozinha e que os seguidores são importantes no debate.

Ao falar sobre saúde e ST (Imagem 1), a youtuber explicita, de forma enfática, que é a visão dela e a sua experiência que estão sendo apresentadas no vídeo, mesmo quando ela usa termos médicos (enzimas do fígado, por exemplo). Essa ênfase pode ser tanto na pronúncia – ela dá destaque ao pronome “my” (meu) ao falar sobre as próprias ideias – quanto no momento em que diz que o conteúdo do vídeo é baseado no que ela viveu. Ela também busca informações científicas e visa esclarecer aspectos que podem ser mais técnicos, como por exemplo, no vídeo sobre Edema , onde ela explica o que vem a ser esse sintoma da síndrome em uma linguagem mais acessível a quem não é da área da saúde. Ou seja, se percebe um deslocamento dos saberes, onde os conhecimentos apresentados não são apenas os que estão nos livros médicos, e sim um mistura desses com as experiências práticas. Ainda se percebe uma apropriação desse conhecimento mais canônico, sendo reconfigurado para se tornar de amplo acesso.

Imagem 1: Fremente de vídeo postado no canal do YouTube Brooke TV, com o título: “Como a Síndrome de Turner é diagnosticada + o que esperar” (tradução da autora)

Sendo assim, ela expande a discussão sobre diversos aspectos da ST e demonstra que é possível viver uma vida saudável, por meio de recursos que tornam o assunto compreensível aos seguidores. Na maioria das vezes os vídeos adquirem um caráter informativo, mesmo aqueles focados na experiência pessoal da administradora do canal, fato perceptível pela explicitação das fontes de informação usadas pela youtuber ou pelo relato de questionamentos feitos aos profissionais da saúde. Também possuem um caráter explicativo pela quantidade de informação técnica/médica que é repassada aos que assistem o vídeos. Todas essas estratégias servem como uma forma de quebrar estigmas sobre a ST.

Brooke também fala sobre o cotidiano das pacientes com a desordem cromossômica. Geralmente são os vídeos mais informais, pois ela não precisa se concentrar em informações científicas ou em refletir sobre a diversidade de experiências sobre ST. Nesses vídeos ela busca transmitir um conhecimento tácito, algo que somente a vivência pessoal permite, ou seja, ela visa compartilhar saberes que não estão em livros ou artigos científicos.

Diante do exposto o que se percebe é que independente do tópico, todos os vídeos possuem um tom de conversa, com o objetivo de estabelecer um diálogo e promover interações entre ela e os seguidores e dos usuários entre si. Ela sempre olha para a câmera como se estivesse conversando diretamente com o público, e também é espontânea nos gestos e nas expressões faciais. Em momentos em que ela faz uma reflexão para si mesma, ela deixa de olhar para a câmera, e depois pede a opinião dos seguidores sobre as observações apresentadas.

Ao falar do audiovisual, a parte técnica também deve ser considerada. No caso dos vídeos do canal Brooke TV, se vê que são produções caseiras, que possuem qualidade na edição, e onde o foco é o conteúdo. Em relação à edição, além da inserção de detalhes gráficos e da vinheta, em alguns vídeos há trilha sonora de fundo, em outros serve para enfatizar um determinado aspecto do que está sendo falado, ou até mesmo para deixar o conteúdo do vídeo mais e dinâmico. Apesar disso, vemos que a qualidade do som e da imagem não são profissionais. Em muitos vídeos o foco não está bem regulado e o áudio possui eco, uma vez que ela não faz uso de microfone. A própria youtuber já relatou no canal que usa o celular ou uma câmera fotográfica para gravar.

Também é visível que Brooke se utiliza dos diversos recursos disponibilizados pela plataforma (Imagem 2). O campo de descrição do vídeo é sempre utilizado por ela, seja para colocar links de outros vídeos, para fornecer informações, ou para redirecionar os seguidores para outras redes sociais digitais ou sites. Ela também aciona protocolos específicos do youtube como dizendo “se você gostou deixe o curtir e não se esqueça de se inscrever no canal”, e reforçando que ela e os seguidores irão se encontrar no próximo vídeo. Contudo, a youtuber nem sempre vale de todas as possibilidades oferecidas pela plataforma, como por exemplo não há a presença de hashtags para indexar os vídeos publicados por ela, que de acordo com as empresas⁴ torna a busca por um vídeo específico mais fácil.

Imagem 2: Exemplo do uso do campo de descrição do vídeo disponibilizado pelo YouTube pela administradora do canal Brooke TV

O conteúdo busca aprofundar as questões abordadas, detalhando aspectos que às vezes ficam restritos aos profissionais da saúde. Sendo assim, os vídeos servem como suporte a quem busca mais

conhecimento sobre o assunto, ou até mesmo para que não teve nenhum contato com a ST anteriormente. Ademais, muitos vídeos buscam estimular a conscientização das pacientes e da família sobre a desordem cromossômica, uma vez que parte das informações disponíveis em sites de pesquisa na internet são incompletas.

Os comentários feitos pelos seguidores do canal também são fundamentais no processo, visto que comentar contribui de forma efetiva para a comunicação, demandam maior esforço por parte do usuário e expressam um maior engajamento (RECUERO, 2014).

Imagem 3: Exemplo de comentário e resposta a partir da temática de um vídeo postado no canal Brooke TV.

Esse comentário (Imagem 3) apresenta uma miscelânea de tópicos: desde a gratidão pelo vídeo, narrativa de experiências pessoais, assuntos específicos abordados no conteúdo audiovisual, opinião pessoal e inferências quantitativas sobre as visualizações dos vídeos do canal. Portanto, se percebe que a seguidora foi altamente afetada (tanto positiva quanto negativamente) pelo vídeo, ou seja, o tema é algo que se relaciona intimamente com a realidade a qual ela está inserida. Ela expressa não apenas a necessidade de entrar em contato com outras pacientes, como o fato da singularidade da experiência e a dificuldade que é conversar com alguém que não compreende as implicações da ST. Sendo assim, ela indica aspectos de tensionamento na vida de uma paciente, questões complexas que vão além da saúde e envolvem a socialização, comunicação e a própria auto estima.

Diante do exposto acima, se observa que apesar do conteúdo do canal tentar dar uma visão mais agradável sobre a síndrome nos vídeos, os enfrentamentos cotidianos e as dificuldades se fazem presente constantemente no discurso das seguidoras. Pode-se inferir que os comentários, principalmente de assuntos mais delicados, servem como um espaço de desabafo, de busca por apoio.

A resposta dada por Brooke envolve uma outra parte do comentário: que os vídeos sobre infertilidade possuem mais visualizações. A administradora da página concorda, e diz que esse é um assunto que ainda não é amplamente discutido. A reposta da youtuber também demonstra uma continuidade na comunicação e valorização das contribuições trazidas por aqueles que expressam suas opiniões por meio do espaço disponibilizado na plataforma.

CONSIDERAÇÕES

O cenário atual indica que a expansão do uso das plataformas digitais - especialmente suas transformações e constantes atualizações, que partem tanto das necessidades sociais, culturais, comunicacionais dos usuários, quanto dos almejos econômicos das empresas que administram as plataformas – está diretamente relacionada com o processo de midiatização da sociedade. As mudanças que permitiram que atores sociais se tornem coprodutores de conteúdo online são fundamentais para as continuas elaborações e reconstruções que ocorrem nos protocolos e nas affordances disponíveis.

No caso em questão, dos vídeos sobre ST presentes no canal do YouTube *Brooke TV*, é possível apontar uma relação dual entre a youtuber e os seus seguidores. A primeira relação existente é a construída por meio do conteúdo postado, uma vez que ela chama a participação dos seguidores. A segunda parte por meio dos usuários, que ao comentarem não só dão seguimento e ampliam as discussões propostas no vídeo, mas estabelecem uma conexão com a administradora do canal e com outros seguidores que possam vir a interagir na plataforma. Assim, o conteúdo criado e compartilhado começa com um objetivo informacional e de dar voz a própria história, mas ganha dimensões interacionais ao promover diálogo e estimular a comunicação em diferentes níveis. Também se percebe essa mescla entre linguagem médica e expressões informais. Uma forma híbrida de comunicação que ao mesmo tempo que tem o caráter informativo, pretende facilitar a compreensão dos usuários e construir a credibilidade perante os mesmos. Ainda é possível dizer que pacientes e familiares compartilham experiências pessoais e detalhes mais íntimos relacionados a síndrome nessas plataformas, tanto como uma forma de servir de inspiração para outras meninas e mulheres quanto na busca por ajuda e apoio emocional.

Em níveis mais técnicos, se percebe a utilização de ferramentas e artifícios midiáticos por um sujeito social para dar visibilidade a uma temática que é pouco abordada forma do ambiente digital. São recursos de edição de imagem e gráfica, adição de trilha sonora, uso de câmera, além de estratégias

como o olhar direcionado para quem está assistindo. Também se identifica o acionamento dos protocolos da própria plataforma como uma maneira de dar visibilidade ao conteúdo. Aqui chama a atenção o fato do uso dessas ferramentas se darem de forma diversa: as vezes no campo de descrição temos um link, ou um texto ampliando a discussão do vídeo, outras vezes vemos apenas um pedido para que os seguidores deixem sua opinião.

Dessa forma, as plataformas digitais dão possibilidades para pacientes com Síndrome de Turner conversarem sobre assuntos importantes para quem convive com a desordem cromossômica, ampliarem a visibilidade sobre o tema, gerarem discussões e disponibilizarem informações que muitas vezes ficam restritas aos profissionais da saúde. Isso permite uma maior interação em grupo, a criação de um espírito colaborativo e o empoderamento dessas pacientes, que ao expandirem os conhecimentos sobre a síndrome e terem contato com saberes tácitos, podem melhorar a autoestima e debaterem questões mais específicas com seus médicos, alterando a relação delas com esses profissionais.

REFERÊNCIAS

BRAGA, J. L. Lógicas de mídia, lógicas de mediatização? In: FAUSTO NETO, Antônio; ANSELMINO, Natalia; GINDIN, Irene (orgs). CIM- relatos de investigaciones sobre mediatizaciones. Rosario: UNR, 2015. p. 15-32.

BUCHER, T.; HELMOND, A. The Affordances of Social Media Platforms. In BURGESS, J.; MARWICK, A.; POELL, T. (Org.), The SAGE Handbook of Social Media. Sage Publications, 2017. p. 233–253.

COULDRY, N.; HEPP, A. A construção mediada da realidade. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2020.

FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma analítica da mediatização. Revista Matrizes, n. 2, 2008. p. 89-105. Disponível em: <[www.revistas.usp.br › matrizes › article › download](http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/download)> Acesso em: 16 de junho de 2020.

FAXINA, E.; GOMES, P.G. Mediatização: um novo modo de ser e viver em sociedade. São Paulo: Paulinas. 2016.

FERREIRA, J.; LIMA, B. A intimidade em blogs: nova forma de inteligibilidade, entre a participação e as regulações (ou, a ambiência emocional como saber transformador dos corpos em casos sobre o Câncer). In: FLICHY, Patrice; FERREIRA, Jairo; AMARAL, Adriana. Redes digitais: um mundo para os amadores: Novas relações entre mediadores, mediações e mediatizações. Santa Maria: Facos- UFSM, 2016. p.77-96

FLICHY, P. Internet, um mundo para os amadores. In: FLCHY, P.; FERREIRA, J.; AMARAL, A. (orgs.) Redes digitais: um mundo para os amadores. Novas relações entre mediadores, mediações e mediatizações. Santa Maria: Facos-UFSM, 2016. p.15-50

GOMES, Pedro Gilberto. Dos meios à mediatização: um conceito em evolução. São Leopoldo: Unisinos, 2017.

GOMES, P. G. Mediatização: um conceito, múltiplas vozes. Revista Famecos, v.23 n.2, 2016. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/22253>. Acesso em: 6 de julho de 2020.

HEPP, A. As configurações comunicativas de mundos mediatizados: pesquisa da mediatização na era da “mediação de tudo”. In: Matrizes, Revista do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo. v.8, n.1, jan/jun 2014. p. 45-64.

KERCKHOVE, D. Connected Intelligence for the Civil Society:the Internet as a social limbic system. Spanda Journal, v. 2, 2014. Disponível em: http://www.spanda.org/SpandaJournal_V,2.pdf . Acesso em: 18 de agosto de 2020.

MARTINUZZO, J.; SANGALLI, H. A intimidade em tempos de rede social digital – O Facebook e a mediatização do íntimo. Revista Ecom, v. 6, n. 12, 2015. P.91-108. Disponível em: <http://unifatea.com.br/seer3/index.php/ECCOM/article/view/517>, Acesso em: 10 de agosto de 2020.

MONTARDO, S. Selfies no Instagram: implicações de uma plataforma na configuração de um objeto de pesquisa. Revista Galáxia, PUCSP, n.41, maio-ago, 2019. p.169-182. Disponível

em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1982-25532019000200169. Acesso em: 1 de julho de 2020.

PEREIRA DE SÁ, Simone. Cultura digital, vídeos e a consolidação da Rede de Música Brasileira Pop Periférica. Revista Fronteiras, Maio/Ago, 2019. p.137-157 Disponível em:

<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/issue/view/727>. Acesso em: 1 de julho de 2020.

RECUERO, R. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. Verso e Reverso, maio/agosto, 2014. p.114-124. Disponível em: <http://www.revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/viewFile/7323/4187>. Acesso em: 14 de julho de 2020.

ROSA, A. P. Imagens que pairam: a fantasmagoria das imagens em circulação. GT Comunicação e Cultura Compós, 2017. Disponível

em:http://www.compos.org.br/data/arquivos_2017/trabalhos_arquivo_C1YVJC1FFEN4O5ZID7OZ_26_5247_12_02_2017_11_51_34.pdf. Acesso em: 17 de julho de 2020.

SALES, C. Informação, comunicação e doenças negligenciadas: novas territorialidades nas redes digitais e o engajamento sobre a tuberculose na saúde da população em negligência. Tese de doutorado, FIOCRUZ, 2019. Disponível em: <https://www.arca.fiocruz.br/handle/icict/38989>. Acesso em: 12 de agosto de 2020.

VAN DIJK, J. The culture of connectivity. Oxford University Press: New York. 2013.

VAN DIJK, J.; POELL, T.; DE WALL, M. The Platform Society: public values in a connective world. Oxford University Press: New York. 2018.

ZHAO, S. Internet and the lifeworld: updating Schutz's theory of mutual knowledge.

Information Technology & People, v20, n.2, 2007, p. 140-160. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/09593840710758059/full/html>. Acesso em 12 de agosto de 2020.

ZHANG, Y.; He, D.; SANG, Y. Facebook as a Platform for Health Information and Communication: A Case Study of a Diabetes Group. Journal of Medical Systems, 2013. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/23588823/> Acesso em: 18 de agosto de 2020.

NOTAS

Notas 1

Informações sobre o que é ST, formas diagnóstico, características e possibilidades de tratamento:
http://conitec.gov.br/images/PCDT_Sindrome_de_Turner.pdf

Nota 2

Tradução livre: “Hoje estamos falando de Síndrome de Turner”. O correto seria ‘to talk about’ porque na língua inglesa alguns verbos exigem o uso de preposição antes do complemento. Esse é o caso do verbo ‘to talk’ (falar).

Nota 3

<https://www.youtube.com/watch?v=2TmgUiHl4TI&t=55s>

Nota 4

Disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/6390658?hl=pt-BR>

Capítulo 3

10.37423/211004791

DO GLOBAL OU LOCAL: UM ESTUDO SOBRE A PERCEPÇÃO IDENTITÁRIA DOS ESPECTADORES A PARTIR DE NARRATIVAS SERIADAS NETFLIX

Carolina Fernandes da Silva Mandaji

Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Willian Batista Salvario

Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Resumo: Este trabalho busca compreender como as produções televisivas, com o advento das tecnologias digitais e a consolidação das plataformas de streaming, apontam para aspectos identitários no consumo de séries originais da Netflix. Tal compreensão parte dos conceitos de estética, identidade e globalização (LIPOVETSKY; SERROY; GUATTARI; HALL; MARTINO); para isso irá refletir sobre os novos modelos de produção (CASTELLANO, MEIMARIDIS, 2016) e características hegemônicas das séries norte-americanas (JOST, 2012). Por fim, relatamos uma pesquisa sobre séries originais da Netflix – realizada durante a pandemia da COVID-19 – com o objetivo de aprofundar os estudos sobre os hábitos brasileiros de consumo audiovisual em serviços de streaming.

Palavras-chave: Comunicação; Televisualidades; Identidade; Séries; Netflix.

INTRODUÇÃO

Muito se fala sobre o audiovisual e todas as mídias ligadas a ele, desde o cinema, tv, chegando às mídias mais recentes. Dos diferentes meios de comunicação de massa, foi pelo cinema que nos capacitamos a entender as especificidades dessa linguagem. “Com ele, aprendemos a ler as imagens em movimento, a relacioná-las com o som, aprendemos a sentir o tempo de outra forma e a entender os princípios da montagem” (AGUSTONI, 2016, p. 109).

Porém, afirmar que já entendemos o cinema ou o audiovisual gerado por e para outras mídias é demais, ainda mais em tempos de “cabos de guerra” com disputa acirrada entre a televisão e a internet. Com a chegada do *broadcast* digital e a TV absorvendo elementos típicos da internet já não sabemos qual o futuro dessas duas tecnologias midiáticas. “A História tem nos mostrado que todo veículo de comunicação ameaçado por alguma inovação tecnológica sobrevive após detectar lacunas que aquela linguagem específica preenche de maneira mais eficaz do que qualquer outra (TEIXEIRA, FERRARI, 2011, p. 245). Para os autores a TV pode ser uma exceção histórica. Nos perguntamos como poderão ser esses novos tempos para a televisão?

Neste cenário, no qual o audiovisual está na centralidade da investigação, interessa-nos discutir os usos – modos de circulação e consumo – do audiovisual na contemporaneidade em plataformas de streaming. Quanto aos usos, este trabalho prioriza as pesquisas de formas seriadas disponibilizadas pela Netflix. Justifica-se a escolha pela projeção da empresa, bem como pela quantidade de material produzido nos últimos anos. Com quase 20 anos de existência, a plataforma veio se adequando e se moldando frente às novas possibilidades tecnológicas, e também, ao cenário mundial, com presença em mais de 190 países. Essas novas possibilidades estão relacionadas também às formas narrativas desenvolvidas para a plataforma, com o desenvolvimento de conteúdo original (com audiência significativa e premiações) e de outras formas narrativas contemporâneas (antes diretamente) relacionadas ao universo televisivo.

Seguindo Silva, a qualidade artística do meio audiovisual das séries não está na linguagem ou no investimento na *mise-en-scène* (categorias valorativas tipicamente cinematográficas), mas, sobretudo pelo texto, pelas repetições estruturais e ainda vistas como novidade, “capaz de atrair a atenção do público em um meio de exibição por excelência dispersivo e cacofônico” (SILVA, 2014, p.245), afirma o autor sobre a produção televisiva de séries para a TV. As formas narrativas seriadas disponíveis na Netflix, também fazem uso dessa característica das séries televisivas, intensificando-a por meio da

plataforma e da possibilidade do espectador assistir quantos episódios quiser, fenômeno conhecido como *bingewatching*².

Este trabalho busca, assim, entender como as produções televisivas com o advento das tecnologias digitais e a consolidação das plataformas de streaming apontam para aspectos identitários no consumo de séries originais da Netflix. Tal compreensão parte: i) dos conceitos de estética, identidade e globalização (LIPOVETSKY, SERROY; GUATTARI; HALL; MARTINO); ii) refletindo sobre os novos modelos de produção pautados em quatro variáveis: modelo econômico, formatos, narrativas e espetatorialidade (CASTELLANO, MEIMARIDIS, 2016), para compreender as séries americanas na observação de suas características hegemônicas (JOST, 2012). Por fim, relatamos uma pesquisa sobre séries originais da Netflix cujo objetivo é entender mais sobre os hábitos brasileiros de consumo neste streaming.

OS CONCEITOS DE ESTÉTICA, IDENTIDADE E GLOBALIZAÇÃO

A pergunta norteadora que utilizaremos para esta primeira parte é: como (e se?) os elementos estéticos, culturais e identitários da linguagem audiovisual – televisiva e também das plataformas de streaming – foram impactados pelas transformações sócio-histórico-políticas trazidas pela globalização. Convém, em primeiro lugar, pontuar que os diversos modos de significação (constituídos pelos sistemas de representação e práticas culturais) ao mesmo tempo que cristalizam subjetividades, também são recortados por alteridades diversas, que, juntos formarão uma “alteridade social”.

Através de diversos modos de semiotização, de sistemas de representação e de práticas multireferenciadas, tais agenciamentos conseguiam fazer cristalizar segmentos complementares de subjetividade, extrair uma alteridade social pela conjugação da filiação e da aliança, induzir uma ontogênese pessoal pelo jogo das faixas etárias e das iniciações, de modo que cada indivíduo encontrasse envolto por várias identidades transversais coletivas ou, se preferirem, no cruzamento de inúmeros vetores de subjetivação parcial. (GUATTARI, 2006, p.17).

Partilhamos com Guattari (2006, p.132) a leitura sobre esse jogo existente entre as subjetividades e as coletividades projetados nos sistemas de representação, portanto, efetuadas nas formas materiais, nas produções marcadas no espaço e tempo. O autor constrói tal ideia em torno do “infinito desterritorializado” sempre acompanhado de um “recuo em torno de limites territorializados”, em um movimento constante entre o si e o coletivo. Não seria essa, então, a instabilidade da concepção identitária atual segundo o enfoque reflexivo de Stuart Hall (2006)? O autor expõe que a estabilidade das velhas identidades culturais de um “sujeito unificado” – de aspectos fixos, permanentes e

essenciais – estão a passar por uma “crise de identidade” cuja transformação dá lugar a novas identidades as quais fragmentam o sujeito moderno. Nesta perspectiva, o autor discute temáticas sobre a identidade cultural na modernidade tardia ao avaliar se há, de fato, tal crise, bem como quais são seus componentes e os rumos aos quais se direcionará.

Hall (2006) parte da ideia de que a crise da identidade cultural figura um processo já extenso de mudanças causadoras de um deslocamento de “estruturas centrais” da sociedade moderna, no fim do século XX, a abalar estruturas de referências assumidas como estáveis, ancorando os indivíduos em valores imutáveis, até então. Com isto, a mudança estrutural fragmenta as bases sólidas de uma cultura fornecedora de posições concretas da vida em sociedade, dando espaço a novas – e fragmentadas – discussões de gênero, sexualidade, classe, etnia, raça e nacionalidade. Há uma preocupação do autor sobre como o indivíduo fragmentado se encontra em termos de identidades culturais. Refere-se, então, ao “sujeito pós-moderno” produzido por esse processo de identificação, tendo como característica base a “celebração móvel” – de representações múltiplas, cambiantes, variáveis e provisórias. No mundo moderno, uma das principais fontes identitárias no campo da cultura se dá por meio das culturas nacionais em que nascem os indivíduos.

Há, em meio ao discurso criado pela cultura nacional - importante relacionar às produções originais realizadas em diferentes países pela Netflix e entendendo como reprodutora de valores, ritos, hábitos e costumes que lhe são apresentados sob à luz de sua cultura nacional – um embate ao ideal moderno: a construção de identidades ambíguas, postas entre o passado e o futuro. Tentadas ao restauro de identidades passadas, de narrativas gloriosas, voltam-se ao passado em busca de elementos que as possam nortear rumo ao progresso do ideal moderno. No entanto, há contradição e ambiguidade uma vez que clamam pela assimilação universal e ao mesmo tempo pela “[...] adesão ao particular, à reinvenção das diferenças” – o universalismo por intermédio do particularismo (HALL, 2006, p. 57). Logo, mais uma vez nos deparamos com as oposições subjetividade/coletividade, universal/particular, global/local, que, ao repercutir a discussão sobre o caráter identitário representado nas produções também nos mostra que a convergência dessas oposições é inerente às estruturas culturais hegemônicas.

O autor defende que as culturas nacionais devem ser pensadas como um “dispositivo discursivo” o qual representa diferenças – ou a diferenciação de povos – como unidade ou como identidade, em vez de pensá-las apenas como unificadas. Pensar em etnia, como um agrupamento de características culturais, sob forma “fundacional” acaba por ser um mito no mundo moderno. As nações, na

modernidade, são segundo Hall (2006), todas híbridas culturais. As práticas em um mundo globalizado possuem escala de repercussão global, transcorrendo de modo acelerado, em que tempo e espaço são sistemas de representação simbólicos. O autor observa que quanto maior a mediação da vida social pelo mercado global e por sistemas de comunicação – quanto a estilos, imagens, lugares e consumos – maior a desvinculação das identidades.

Se assumida a visão desigual desse processo, afirma-se que há narrativas e discursos – imagéticos, sociais, consumistas – dominantes nesse cenário simbólico e representacional de identidades. Coloque-mos, desta forma, o ato de narrar tanto como representação de uma realidade, quanto lógica de organização de fatos, pessoas e acontecimentos descritos. O autor Luís Mauro Sá Martino (2010) explica que:

Narrar também é classificar, definir os espaços de cada agente. Uma narrativa, nesse sentido, não apenas representa a realidade, mas também a coloca dentro de um algum tipo de lógica, organizando os fatos, pessoas e acontecimentos dentro de uma narrativa dentro da qual o sentido pode acontecer. (MARTINO, 2010, p. 41)

Completando Guattari e Hall, Martino define a globalização não mais apenas pela identidade do espaço local, das práticas da comunidade imediata ou do contorno das fronteiras nacionais, “trata-se de uma identidade global”, diz o autor (MARTINO, 2010, p. 45), na qual as produções culturais são desterritorializadas na sua produção e recepção”, com sua reapropriação e de seus significados. Resume o autor, “a identidade é construída a partir da intersecção do fluxo global de imagens, em um movimento híbrido e de apropriação de significados” (2010, p.46). Tais fluxos, explica Martino, se dão em escala global pelas representações das identidades a partir dos diferentes meios de comunicação de massa.

Junto desse movimento global, híbrido e com as representações identitárias projetadas em produções culturais, falemos do capitalismo artista. Esse conceito depurado por Lipovetsky e Serroy (2015) nos leva a refletir sobre a oferta de produtos estéticos, em meio a um mercado ávido por novidades e experiências emocionais, cuja produção é dada em grande escala e com fins comerciais. Assim, se por um lado temos o aspecto das produções culturais, por outro, temos os usos e consumos desses produtos. Tais artefatos, discorrem os autores, são desenvolvidos com grandes tecnologias, no sentido estético-sensorial, produtivo e receptivo, a comportar não apenas as produções culturais, mas também aparatos que possibilitam consumos estéticos diversos. Entende-se, por exemplo, a produção de videogames, aparelhos fotográficos, tablets, leitores de e-book, bem como o turismo, séries de televisão, o cinema, a moda, a publicidade e afins (LIPOVETSKY, SERROY, 2015).

Segundo Lipovetsky e Serroy (2015, p. 33-34), o capitalismo artista se dá por meio de quatro principais lógicas: 1) a integração e generalização da ordem e do estilo como uma estetização sistemática; 2) a generalização da dimensão empresarial das indústrias culturais e criativas – um regimento por intermédio do mercado; 3) Os gigantes transnacionais das indústrias criativas – como uma nova superfície econômica; e por fim, 4) Sistema desestabilizador de antigas hierarquias artísticas e culturais por meio da hibridização.

As produções culturais e estéticas dão corporeidade ao desenvolvimento econômico de filmes, séries de televisão, músicas, festas, turismo cultural, cinema, videogames, plataforma digitais de compartilhamento de vídeos, imagens e afins – carregados de sedução e criatividade. Lipovetsky e Serroy (2015) sinalizam uma maior atenção ao consumo audiovisual por parte do – que os autores chamam de – “hiperconsumidor”, embora compreendam também o amplo acesso a demais produtos culturais mediante as novas tecnologias. Há, também, um universo ao estilo do sob demanda, em que “no tempo da internet, [...], da música digitalizada, o consumo cultural se emancipou de seus antigos rituais sociais, das formas de programação coletiva e até de qualquer limite espaço-temporal” (LIPOVESTKY, SERROY, 2015, p. 265).

A indústria da cultura e da comunicação fazem parte dos setores produtivos fundamentais do capitalismo artista, a caracterizar o *Homo Aestheticus* com um *Homo Consumans*. Imerso a esse mundo hiperconsumista e transestético se encontra esse *Homo Aestheticus*, cujas atitudes depreendem de um nomadismo identitário com despojamento de referenciais de sua própria cultura. Com uma identidade móvel e flexível, esse “eu expressivo” do indivíduo transestético se distancia de referências coletivas de durabilidade – nação, classe social, política e religião – a ressaltar seus gostos subjetivos.

Os autores relatam sobre um mercado cultural de características hipertróficas e quase ilimitadas. No entanto, o consumo mais democrático – no sentido de maior oferta de produtos culturais – não é, de modo exato, redutor de desigualdades sociais quanto ao consumo de produtos da “alta cultura”, no âmbito musical, pictórico, teatral e literário. Lipovetsky e Serroy (2015) salientam que a proliferação e ações da cultura são determinadas pelo “capital cultural”, o qual dita preferências estéticas e práticas dos consumidores. Tanto o consumidor transestético quanto os objetos culturais de consumo estão envoltos ao universo globalizado.

O indivíduo transestético não está preocupado em hierarquizar os bens culturais, ainda que reconheça essa convenção em diversos âmbitos da cultura. Suas escolhas se apoiam na individualização mediante

uma “subjetividade estética plena”. Não se pode esquecer dos princípios formuladores desse consumidor: o divertimento, a descontração e o relaxamento. Longe de ser representado por culturas fixas, o *Homo Aestheticus* visa uma mudança de percurso rumo ao massificado, ao efêmero, ao banal, a reconhecer que “a cultura clássica tinha a ambição de formar, educar, elevar o homem: hoje pedimos à cultura, ao contrário, que ela “nos esvazie a cabeça” (LIPOVETSKY, SERROY, 2015, p. 267) o que nos remete ao assistir quantos capítulos forem possíveis, durante as maratonas de séries nos streaming.

Logo, os autores evidenciam o capitalismo artista como multiforme e multipolar, que não se resume ao campo econômico, a ramos especializados ou ao mercado da arte, em específico. O universo transtético, para eles, se apropria de modo incessante de diferentes setores – de diferentes contrastes – e os remodela sempre por meio dos seus principais artifícios: a sedução, o prazer e o divertimento de seus consumidores, integrados à dimensão estética do gosto. Falemos mais, então, sobre as representações narrativas televisivas seriadas e sobre o desenvolvimento de alguns destes artifícios.

SÉRIES AMERICANAS E HEGEMONIA

Não é de hoje que refletimos sobre a relação de mídias pré-existentes com as que surgem e se desenvolvem. Foi assim com o cinema, com o rádio, com a tv, com a internet e também agora com as plataformas de streaming. Levinson (2020, p. 18) citando McLuhan refere-se às novas mídias que “criam conteúdo a partir da existente”. Seguindo essa premissa, iremos refletir sobre variáveis estéticas e de distinção do desenvolvimento de formatos televisivos e de sua apropriação pelas plataformas.

Sobre essas variáveis, seguimos com Castellano e Meimaridis (2016) que propõem a entender os discursos de distinção promovidos pela Netflix, na relação com as produções televisivas seriadas norte-americanas. As autoras elencam quatro variáveis: modelo econômico, formato, narrativa e espectralidade. O modelo econômico impacta diretamente na lógica televisiva em relação à lógica do streaming. Se outrora, a tv buscava atingir o maior número de pessoas, na elaboração de programas similares, com um público considerado homogêneo e à mercê da programação e de seus intervalos comerciais. Agora, desde a tv a cabo (e canais *premium cable*) ao streaming, os anunciantes dão lugar aos assinantes, com um modelo econômico pautado na venda de assinaturas. E o que isso impacta nas produções? Como afirmam as próprias autoras enquanto a tv coloca “suas necessidades

mercadológicas acima das criativas” (CASTELLANO, MEIMARIDIS, 2016, p. 198), os canais a cabo e streaming buscam atrair mais espectadores, com conteúdo original e trabalhado criativamente.

O formato, a narrativa e espetatorialidade confirmam essa relação direta entre o conteúdo e os espectadores, também no que diz respeito às programações diversas, temas relevantes, mas pouco representados nas mídias tradicionais, entre outros.

No âmbito do conteúdo, as séries da Netflix, por buscarem o maior número possível de assinantes, apresentam tanto séries com narrativas próximas da televisão aberta, como Fuller House, quanto produções que abordam temas relevantes e pouco representados na televisão tradicional, como o caso de Orange is The New Black. A produção chamou bastante atenção da mídia e da crítica por apresentar uma formação de elenco bastante peculiar e destoante do que costumamos ver nos seriados norte-americanos. Por se passar na fictícia prisão feminina Litchfield, a série tem um elenco quase inteiramente formado por mulheres, grande parte delas negras, latinas, idosas, a maioria fora dos padrões de beleza que normalmente associamos à indústria audiovisual daquele país. (CASTELLANO, MEIMARIDIS, 2016, p. 201)

Assim, tais valores conduzem à produção de novos modelos de conteúdos originais propostos pelas plataformas, o que aponta para a problematização que vem sendo discutida por diferentes estudiosos das narrativas seriadas: é o fato de, nos dias atuais, as séries serem produzidas tanto pelas emissoras tidas como tradicionais de televisão como por plataformas de streaming.

Nesse sentido, o cenário do entendimento do meio televisão pelos seus componentes constitucionais de programação e por seus conteúdos começou a mudar quando em 2013, o Emmy Awards – o Oscar da TV – indicou para a premiação séries distribuídas exclusivamente por plataformas de streaming. “No total, a empresa de produção e divulgação de conteúdo audiovisual online, Netflix, recebeu 14 indicações” (LIMA, MOREIRA, CALAZANS, 2015, p.238). Para os autores:

No que diz respeito à Netflix, podemos observar que a empresa se insere nesse contexto, oferecendo produtos que não se distanciam dos gêneros televisivos a ponto de serem nomeados de outra forma, embora sua forma de emissão não seja aquela do fluxo característico do broadcasting. A produtora investe em formas complexas de narrativas, se apropriando de recursos já observados em canais pagos de televisão, como forma de atender à demanda de audiências segmentadas e multiplataforma. (LIMA, MOREIRA, CALAZANS, 2015, p.254)

Vimos que essas formas produzidos pela Netflix já são tidas como mais complexas, mas no entanto, ainda televisivas e embora tenhamos nos concentrado nela neste trabalho, sabemos da existência e importância de outros streamings, como: GloboPlay, Amazon Prime Video, HBO Go, Uol Play, Now, Claro Video, que estão adentrando no mercado. Vale ressaltar o nosso interesse pela produção e

circulação de conteúdo produzidos para esses meios, ao entender que existe uma relação direta com as novas formas de produzir e de assistir, conforme já afirmamos anteriormente. Tais formas estão relacionadas aos modos de acesso às ficções produzidas. Jost (2012, p.27) pontua que o acesso à ficção se dá por três vias: a atualidade (por meio da dispersão ou pela persistência) seja através das alusões ao cotidiano, seja pelas ideologias transnacionais ou lugares comuns, que como aponta Jost, as séries americanas exploram.

A segunda via de acesso à ficção seria pela aproximação do discurso realista - com a exploração do real de forma mais sofisticada, baseada em traços estáveis, mas também intangíveis que podem chegar a questionar nossa condição humana, até um modo de narração com o qual o espectador já está habituado, e que, muitas vezes transparente, com o apagamento do rastro do autor. E por fim, a terceira via de acesso seria a mediação, com a intermediação da imagem sob todas as formas, mediando a realidade através delas e, apontando para as nossas contradições humanas.

Para o autor, pela observação de grandes séries de sucesso foi possível demonstrar que “todas elas remetem a um mundo desconhecido” (JOST, 2012, p. 31), mas que se tornam acessível ao espectador, por meio de domínios de saberes, seja o enciclopédico do mundo, seja o das competências profissionais, seja o do o saber fazer a gestão de comportamentos. Tais nichos de saber dão origem às funções sociais desenvolvidas nas personagens das séries, que são: as séries centradas na vida privada; as séries centradas na vida profissional e as séries centradas na sociedade. Essa nomenclatura que foi utilizada na pesquisa realizada com espectadores da Netflix.

Se nas primeiras, a vida profissional e a vida social são cenários que dão suporte à vida privada (cujo propósito é a felicidade e o equilíbrio da personagem); as séries centradas na vida profissional priorizam a resolução de problemas referentes ao seu trabalho por parte da personagem. Por fim, as séries centradas na sociedade têm como questão central da intriga tanto o destino individual da personagem como, prioritariamente, a sociedade na qual se encontra.

Assim, remetemos novamente às nossas inquietações iniciais sobre o conteúdo original das produções de plataformas de streaming (cujos valores se transformaram desde a “descendência” das produções televisivas), mas agora, no entanto, tendo entendido como as produções culturais (audiovisuais) são produzidas no mundo – e apontam questões identitárias representadas nas narrativas – e nos mundos produzidos por elas. Dessa maneira, buscaremos no público, os espectadores, respostas sobre a percepção e os modos de consumos desses audiovisuais.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Com o objetivo de conhecer os hábitos do espectador e consumidor, no que diz respeito ao uso da plataforma de streaming Netflix para assistir – de modo especial, a séries – a produtos audiovisuais antes e durante o período da pandemia do novo coronavírus (COVID-19), foi criado um questionário com questões fechadas e abertas.

Para a elaboração do questionário, foi utilizada a plataforma on-line *Formulários Google (Google Forms)*, de modo a respeitar, também, o período de isolamento social durante a pandemia, bem como com o propósito de servir com uma ferramenta com abrangência maior para divulgação das questões ali presentes. O questionário, intitulado “Pesquisa Séries da Netflix em Tempos de Pandemia”, teve início de coleta de opiniões no período compreendido entre 9 de julho e 30 de julho de 2020, com um total de 21 dias de duração e a obtenção de 233 respostas. Foram desenvolvidas 35 questões e 5 questões abertas. Descreveremos a seguir as seções e observações principais.

A segunda seção, denominada “Vamos Falar sobre Você”, teve a finalidade de conhecer brevemente os participantes da pesquisa, a respeito de gênero, idade, escolaridade, idiomas de conhecimento e sobre ser usuário da Netflix, por intermédio de 5 questões fechadas. Em relação ao gênero, 63,9% responderam feminino, com faixa etária entre 19 e 25 anos, Ensino Superior Incompleto. Do público entrevistado, 73,8% é usuário da Netflix, contra 0,9% os quais não o são. No entanto, 25,3% dos entrevistados disseram utilizar a assinatura de outra pessoa.

A terceira seção contemplou perguntas acerca de costumes dos usuários na plataforma da Netflix, mediante 10 questões fechadas. Quanto ao tempo de adesão do serviço da Netflix como usuário, 49,8% dos entrevistados utilizam o serviço há mais de 2 anos e 49,4% responderam assistir na televisão. Os gêneros mais assistidos pelos entrevistados foram Ficção, com 82,3%, e Não ficção, com 17,7%, sendo que 70,6% preferem séries e 29,4% preferem filmes. A respeito da quantidade de horas as quais costumam dedicar à Netflix, 54,1% dos usuários disseram de 1 a 2 horas diárias e 66,5% aumentaram a quantidade de consumo durante o período da pandemia. Em questões sobre indicações de séries aos usuários, 50,6% dos entrevistados concordaram totalmente sobre apreciarem as indicações advindas da própria plataforma da Netflix; 43,7% concordavam apreciar parcialmente as sugestões por parte de sites, blogs especializados ou redes sociais e 45% dos usuários concordaram parcialmente em apreciar a indicação de séries por amigos (e 44,2% concordaram totalmente).

A quarta seção do questionário, “Sobre você, a Netflix e as séries”, procurou conhecer as preferências dos entrevistados em relação ao hábito de assistir às séries brasileiras, estadunidenses e de demais países, ademais, ao entendimento dos usuários quanto às semelhanças e particularidades de estruturas narrativas ou, ainda, as relações de aspectos culturais e identitários de representação. Aqui, foram elaboradas 17 questões fechadas e 6 questões abertas. Dos entrevistados, 52,8% alegaram não assistir às séries brasileiras; 98,7% dos usuários afirmaram o costume em ver séries estadunidenses; e em relação ao costume de assistir às séries produzidas por outros países, além dos dois citados acima, 90% disseram que sim. A questão aberta a respeito de quais países produtores os entrevistados costumam assistir obteve 187 respostas de livre formulação, com 32 países citados de modo específico – e, em alguns casos, termos genéricos como “Países latinos”, “Países europeus” e “Países asiáticos”. O país mais citado foi Alemanha (101 vezes); seguido de Espanha (99 vezes); Inglaterra (45 vezes); França (40 vezes); e, Japão (34 vezes).

Em relação às questões acerca das narrativas, quando perguntados sobre apreciarem séries em que o personagem procura sua felicidade e/ou equilíbrio, a centrar-se em sua vida particular, 38,1% dos entrevistados se mostraram indiferentes, mas 32% concordaram parcialmente. Em seguida, o apreço por séries em que o personagem está direcionado à resolução dos problemas referentes ao seu trabalho, à escola e afins, centradas na vida profissional, 37,7% concordaram parcialmente; 34,2% se mostraram indiferentes. Sobre a apreciação de séries em que a questão central da história não é somente o destino individual, mas, e prioritariamente o contexto social do personagem, seu funcionamento, ou sua sobrevivência – centradas na sociedade – 39,4% dos entrevistados concordaram parcialmente; 37,2% concordaram totalmente.

Indagados sobre a importância do reconhecimento de aspectos do presente e da realidade, como verdades do nosso mundo, nas séries ficcionais a que assistem, os participantes 36,8% responderam concordar totalmente e 32% concordaram parcialmente. Acerca da relevância das séries advirem de uma produção original da Netflix para se dar início ao seu consumo, 54,5% dos entrevistados concordaram totalmente. No universo das narrativas, quando indagados a respeito de semelhanças, nesse sentido, entre as séries assistidas, 47,2% concordaram parcialmente. Em oposição, em relação a particularidades entre narrativas das séries assistidas e produzidas por diferentes países, 38,5% concordaram parcialmente e 23,8% concordaram totalmente.

A questão aberta sobre tais particularidades obteve 93 respostas. A maioria dos entrevistados pôde perceber e citou temas atrelados à cultura de um país – arquitetura, sotaque, gírias, comportamentos,

modos de relações familiares, língua, história e “clima [referente à geografia]”. Há também diversos entrevistados com respostas com uma atenção mais detalhada às estruturas narrativas e detalhes técnicos, citando arquétipos, “jornada do herói”, tempo e ritmo de narrativa, jogo de câmera, fotografia, uso de chromakey, “temática de cores”, “uso de flashback”, direção, atuação e afins. Alguns entrevistados demonstraram enfoque em questões sociais de gênero, patriarcado, valores [de moralidade], interação social, grupos sociais, política e história.

Quanto à percepção de semelhanças entre as narrativas de séries de produtoras estadunidenses e de séries produzidas por outros países, 38,5% concordaram parcialmente e 32,5% se mostraram indiferentes. A questão aberta sobre a percepção de semelhanças entre séries obteve 69 respostas. De modo geral, os entrevistados perceberam similaridades de narrativa, estrutura de episódios, temáticas, padrão (seja quanto à estética, quanto à tematização de personagens) e, também, uma citação frequente sobre parecerem, quererem ser ou inspirarem-se nas séries estadunidenses. Diversos dos entrevistados também perceberam o uso de fórmulas de sucesso as quais são repetidas por vários países. A respeito da percepção de aspectos únicos e característicos da cultura de um país, na produção de séries nacionais, 40,3% concordaram parcialmente e 38,5% concordaram totalmente.

Quando perguntados sobre quais séries os entrevistados conseguiam perceber particularidades, a questão aberta teve o recebimento de 115 respostas. Foram citadas 68 séries, salvo algumas generalizações como “novelas japonesas”, “doramas [drama japonês]” e séries estadunidenses. Nessa questão, em específico, a série mais citada foi a brasileira *Coisa Mais Linda* (2019) com 10 menções; seguida da alemã *Dark* (2017-2020) com 7 menções; a espanhola *La Casa de Papel* (2017-) e a catalã *Merlí* (2015-2018) com 4. De modo geral, os entrevistados puderam identificar diferentes aspectos culturais de séries de diferentes países. Há também menções sobre uma série estrangeira, a qual ainda tem particularidades, porém que ainda pode soar genérica – ser de qualquer país– muito americanizada ou como uma mescla cultural, como no exemplo abaixo com a série *Dark*:

E1 – Acho que tirando dark que é uma história que poderia se passar em qualquer lugar (inclusive por isso o seu sucesso) a maioria das séries estrangeiras da Netflix aborda um pouco da cultura do seu país de origem. [...].

E2 – Geralmente as séries acabam misturando as culturas, principalmente no que se refere às séries mais novas. A cultura norte americana parece estar intrínseca, Dark, por exemplo, é uma série alemã, mas não fosse o idioma, poderia facilmente se passar nos EUA. Já em Freud, também alemã, a cultura do país é muito mais visível. O que pode aparecer devido a temática psicanalítica que é um orgulho para a Alemanha.

Ao serem questionados sobre se sentirem representados pelos aspectos culturais das séries produzidas em seu país de origem, no caso de consumi-las, 40,3% dos entrevistados se mostraram indiferentes. No entanto, a última questão, de caráter aberto, pediu aos entrevistados que citassem um aspecto cultural, presente nas séries assistidas por eles, com o qual se sentissem representados e foram obtidas 63 respostas. De modo geral, os espectadores responderam sobre representações do povo brasileiro, seu contexto social, sotaques, discussões acerca de gênero, feminismo, machismo, temática LGBTQ+, a cultura do funk, a cidade e a favela, insatisfação política, características físicas – citada também como “diversidade corporal”, enfoque em problematizações (sobre violência, religião, tráfico de drogas), trilha sonora nacional e afins.

Um relato interessante sobre representatividade da comunidade negra e surda, ainda que a entrevistada não seja de nenhum, é de grande importância e reflexão em relação ao consumo de trabalhos com enfoque em reivindicação de espaços, a citar a série *Crisálida* – uma série em libras e em português:

E3 – A série é a *Crisálida* e me sinto representada no que tange à representatividade, ela fala de pessoas negras e a comunidade surda. Não sou negra, também não sou uma pessoa com deficiência, mas me sinto representada ao que se refere a trabalhar aspectos sociais e de reivindicação de espaços. Eu me preocupo incluir isso no meu discurso e dia a dia, então me sinto feliz por ver séries que cumprem esse papel.

Há também problematizações em relação à disseminação de estereótipos, da pouca presença de personagens negros, diversidade étnica nas séries – em que, segundo a observação de alguns entrevistados, boa parte dos elencos ainda parecem “elenco do exterior”.

E4 – Acho difícil produzir séries sem disseminar estereótipos, já a cultura brasileira é bastante preconceituosa em diversos sentidos. Mas sem dúvida, acredito que as produções nacionais ajudam a refletirmos sobre esse problema.

E5 – Etnia. Eu analiso muito quais são as características físicas dos personagens principais e como eles são representados nas séries. A maioria das séries têm poucos personagens negros (sendo que o país é de maioria negra) e, geralmente, os personagens negros são marginalizados.

O questionário serviu, desta forma, de grande entendimento para notar diferentes motivações para o consumo de séries, bem como a amplitude de percepções quanto às estruturas narrativas e de produção, da diversidade de países produtores, além de conseguir perceber a popularidade de séries produzidas fora do circuito norte-americano.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As produções originais crescem, o consumo das plataformas de streaming aumenta a cada dia, ainda mais em tempos de pandemia. Se ainda há espaço para a criatividade e autonomia nas produções, devemos nos perguntar até quando e se isso continuará efetivado no consumo, bem como no modo de narrar e representar. Lipovestky e Serroy (2015) explicam que os agentes econômicos não são ingênuos em relação a uma produção criativa de maneira autônoma.

Investidores e gestores, dizem os autores, têm enfoque na rentabilidade econômica e, para isto, colidem com a liberdade criativa a impor processos de racionalização e controle, empenhando-se “[...] em frear as criações audaciosas, em reproduzir as fórmulas que *dão certo* mais facilmente” (grifos do autor, LIPOVETSKY, SERROY, 2015, p. 32). A televisão funcionou durante décadas assim. Mas acompanhamos que o streaming tem suas particularidades e sobre elas essa pesquisa se apoiou, inclusive no entendimento de como o espectador as percebe e as consome.

Durante a pesquisa constatamos a vastidão de reflexões acerca do universo do consumo audiovisual – em que há usuários que assistem a séries por diversão, para passar o tempo, “simplesmente porque gosta mesmo”, por busca de representatividade ou discussões de cunho social. Foi curioso perceber, também, respostas nas quais os entrevistados se mostraram indiferentes à problemática, a perceber a variedade de suas motivações que, podem ser ou não, decisivas no momento da escolha de uma série – por exemplo, os 40,3% os quais disseram ser indiferentes a se sentirem representados por aspectos culturais ali presentes.

Por outro lado, é importante reforçar as relações de semelhança, reprodução de fórmulas de sucesso e a compreensão de boa parcela dos entrevistados quanto à adoção de estruturas demasiada estadunidenses e “americanizadas”, ainda enraizadas em fórmulas de sucesso das séries televisivas hegemônicas.

REFERÊNCIAS

AGUSTONI, Marina. Convergências entre cinema e vídeo: contaminações e dissolução de limites. In: Novas formas do audiovisual. Lucia Santaella (org.). São Paulo: Estação das Letras, 2016. pp. 108-121.

ARRIS. Índice de Entretenimento ao Consumidor. 2015. Disponível em:

<<http://success.arris.com/arriscei>> Acesso em: 20 jun. 2019.

CASTELLANO, Mayka; MEIMARIDIS, Melina. Netflix, discursos de distinção e os novos modelos de produção televisiva. Revista Contemporânea: comunicação e cultura - v.14 – n.02 – maio-ago 2016 – p. 193-209. Disponível em:

<https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/16398/11510>. Acesso em: 10 ago. 2020.

GUATTARI, Félix. Caosmose: um novo paradigma estético. São Paulo: Editora 34, 1992.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

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

LADEIRA, J. M. Imitação do excesso: televisão, streaming e o Brasil. Rio de Janeiro: Folio Digital - Letra e Imagem, 2016.

LEVINSON, Paul. As Três Idades da Televisão. A Nova Televisão – do Youtube ao Netflix. Alfredo Caminos, Ana Sílvia Médola & AbelSuing (Orgs.). - 1a Edição - Aveiro: Ria Editorial, 2020.

LIMA, C. A.; MOREIRA, D. G.; CALAZANS, J. C. Netflix e a manutenção de gêneros televisivos fora do fluxo. MATRIZES, [S. l.], v. 9, n. 2, p. 237-256, 2015.. Disponível em:

<http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/111727>. Acesso em: 5 out. 2020.

LIPOVETSKY, Gilles, SERROY, Jean. A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2015.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Comunicação e identidade: quem você pensa que é. São Paulo: Paulus, 2010.

SILVA, M. V. B. Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. Galaxia (São Paulo, Online), n. 27, pp. 241-252, jun. 2014. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542014115810>. Acesso em: 15 Mar. 2019.

TEIXEIRA, Stanley, FERRARI, Pollyana. TV digital x internet: concorrentes ou aliados. In: Novas formas do audiovisual. Lucia Santaella (org.). São Paulo: Estação das Letras, 2016. pp. 244-263.

THE LOS ANGELES TIMES, 2013. Binge-viewing is transforming the television experience. Disponível em: <https://www.latimes.com/entertainment/envelope/la-xpm-2013-feb-01-la-et-ct-binge-viewing-20130201-story.html>. Acesso em 20 fev. 2019.

NOTAS

Nota 1

Esse texto foi apresentado no 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação realizado em dezembro de 2020.

Nota 2

Segundo Índice de Entretenimento ao Consumidor (CEI) da ARRIS (2015), nos estudos realizados na América Latina e na Europa, os consumidores passam pelo menos três horas assistindo conteúdos seguidamente. Ciente desses números, uma primeira forma já identificada que impacta às formas narrativas seriadas seria o *binge watching*, em tradução livre, “assistir até se entupir”, fenômeno possível devido ao lançamento de episódios de uma série de uma única vez, tática utilizada pela Netflix. Também pode ser definido como qualquer instância na qual mais de três episódios de uma série dramática de uma hora de duração ou seis episódios de uma série cômica de meia hora de duração são consumidos de uma única vez (THE LOS ANGELES TIMES, 2013).