

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS

RAQUEL HELENA GIL ZUBARAN ZANDOMENEGHI

**“ESSES PRAZERES VIOLENTOS TÊM FINS VIOLENTOS”: UM ESTUDO SOBRE
A NARRATIVA COMPLEXA E SEUS REFLEXOS NO CONSUMO DO SERIADO
WESTWORLD**

PORTO ALEGRE

2019

RAQUEL HELENA GIL ZUBARAN ZANDOMENEGHI

**ESSES PRAZERES VIOLENTOS TÊM FINS VIOLENTOS: UM ESTUDO SOBRE A
NARRATIVA COMPLEXA E SEUS REFLEXOS NO CONSUMO DO SERIADO
WESTWORLD**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial à obtenção de grau de Bacharela em Relações Públicas.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Mônica Bertholdo Pieniz

PORTO ALEGRE

2019

RAQUEL HELENA GIL ZUBARAN ZANDOMENEGHI

**ESSES PRAZERES VIOLENTOS TÊM FINS VIOLENTOS: UM ESTUDO SOBRE A
NARRATIVA COMPLEXA E SEUS REFLEXOS NO CONSUMO DO SERIADO
WESTWORLD**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Relações Públicas.

Aprovada em: ____ de _____ de 2019

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª Dr^ª Mônica Bertholdo Pieniz - UFRGS
Orientadora

Prof^ª Dr^ª Laura Hastenoflug Wottrich - UFRGS
Examinadora

Prof^ª Dr^ª. Vanessa Amalia Dalpizol Valiati – FEEVALE
Examinadora

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora Mônica, que me inspirou durante todo o meu percurso na Fabico como educadora e profissional. Por acreditar em mim e no meu trabalho, por me incentivar e por trazer contribuições que tornaram essa monografia exequível. Obrigada por aceitar esse desafio comigo e me guiar da melhor maneira possível!

À minha família, pelo apoio e por me ensinarem o valor que tem a educação e os livros. Pela confiança e suporte que permitiram com que eu chegasse até aqui.

Aos meus amigos, por estarem sempre do meu lado e por tornarem tudo mais leve, mesmo nos dias difíceis. Pelas incansáveis risadas e, claro, dicas de séries.

À Fabico e à UFRGS, que me fizeram repensar a respeito dos meus privilégios e transformaram a minha visão de mundo. Por me proporcionar educação e professores de qualidade.

Aos telespectadores de Westworld que responderam o questionário e trouxeram contribuições muito ricas. Por tornarem essa pesquisa ainda mais prazerosa e por se colocarem à disposição para mais informações.

A todos vocês, meu mais sincero obrigada!

RESUMO

O presente trabalho tem como temática os hábitos de consumo dos telespectadores de Westworld. O objetivo geral é compreender como se dá o consumo do seriado – sabendo que se trata de uma narrativa complexa – por parte dos telespectadores brasileiros e os reflexos desse consumo no processo de decodificação do programa. Para se atingir o objetivo geral, buscou-se identificar os hábitos de consumo do seriado por parte dos telespectadores; investigar como ocorre o processo de decodificação do seriado; compreender o que mais chama atenção dos telespectadores com relação ao seriado. O estudo reflete sobre seriados; cultura da convergência; narrativas complexas; processos comunicacionais; consumo midiático e recepção; audiências. A metodologia utilizada foi a do estudo de caso com abordagem quantitativa e qualitativa e se efetivou a partir das técnicas de pesquisa documental e análise de conteúdo e do instrumento questionário *online*. Constatou-se que o seriado é consumido em conjunto com outras práticas e a decodificação e produção de sentido só se efetiva a partir desses hábitos.

Palavras-chave: Narrativas complexas. Seriados. Consumo midiático. Decodificação. Westworld.

ABSTRACT

The present work is about consumer habits of Westworld viewers. The general objective is to understand the consumption of the show – knowing that it is a complex narrative – by the Brazilian viewers and the reflexes of this consumption in the process of decoding the program. In order to reach the general objective, we sought to identify the consumption habits of the series by the viewers; investigate how the process of decoding the series occurs; understand what most catches viewers about the show. The study reflects on shows; culture of convergence; complex narratives; communicational processes; media consumption and reception; audiences. The methodology used was the case study with a quantitative and qualitative approach and it was carried out based on the techniques of documentary research and content analysis and the online questionnaire instrument. It was found that the show is consumed in conjunction with other practices and the decoding and establishment of meaning is only effective from these habits.

Key words: Complex narratives. Television series. Media consumption. Decoding. Westworld.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Mapa das mediações.....	29
Figura 2. Modelo metodológico de pesquisa.....	41
Figura 3. Retorno com relação a divulgação do questionário pelo Série Maníacos.....	55
Figura 4. Divulgação do questionário no Twitter pela mikannn.....	55
Figura 5. Divulgação do questionário no Twitter pelo Westworld da Depressão.....	56
Figura 6. Esquema com subcategoria 1 (motivos para assistir novamente).....	60
Figura 7. Esquema com subcategoria 2 (motivos para assistir novamente).....	60

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Faixa etária.....	57
Gráfico 2. Faixa de renda familiar.....	57
Gráfico 3. Ano em que começou acompanhar.....	58
Gráfico 4. Assiste aos episódios mais de uma vez.....	59
Gráfico 5. Motivações dos espectadores para assistir episódios ou cenas novamente.....	60
Gráfico 6. Busca conteúdos explicativos na internet sobre Westworld.....	65
Gráfico 7. Quando busca conteúdos explicativos na internet sobre Westworld.....	67
Gráfico 8. É possível entender Westworld sem o auxílio de conteúdos explicativos?.....	69
Gráfico 9. Busca os canais oficiais de Westworld ou da emissora para se informar.....	69
Gráfico 10. Acessa espaços para interagir com outros telespectadores.....	70
Gráfico 11. Nota para a primeira temporada.....	74
Gráfico 12. Nota para a segunda temporada.....	74
Gráfico 13. Motivos para acompanhar Westworld.....	77
Gráfico 14. O que mais chama atenção no seriado.....	78

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. SERIADOS E A COMPLEXIDADE NARRATIVA	12
2.1. Séries, convergência e fãs	12
2.2 Narrativas Complexas e a relação com os telespectadores	18
2.2.2 Uma possível crítica às limitações do conceito	24
3. PROCESSOS COMUNICACIONAIS E AUDIÊNCIAS	27
3.1 Mediações	27
3.2 Codificação/decodificação e estudos de consumo midiático e recepção	32
3.3 Audiências	36
4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS E ANÁLISE	40
4.1 Modelo metodológico	40
4.2 Abordagem escolhida	42
4.3 Westworld (contém <i>spoilers</i>)	46
4.4. Questionário	54
4.4.1. Hábitos de consumo e decodificação	56
4.4.2 Percepção do seriado	73
4.4.3 Interpretação dos dados	82
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	85
REFERÊNCIAS	88
APÊNDICES	91
APÊNDICE A - QUADRO COM POSTAGENS NO SUBREDDIT BRASIL	91
APÊNDICE B - QUADRO - VÍDEOS CANAL CAROL MOREIRA	92
APÊNDICE C - QUADRO - VÍDEOS CANAL MIKANNN	96
APÊNDICE C - QUADRO - VÍDEOS CANAL SÉRIE MANÍACOS	97
APÊNDICE D – QUESTIONÁRIO ONLINE	99

1. INTRODUÇÃO

“Você por acaso já questionou a natureza da sua realidade?” é apenas uma das diversas questões que o seriado *Westworld* traz aos seus telespectadores. O programa teve sua estreia no dia 2 de outubro de 2016 e voltou para a segunda temporada no dia 22 de abril de 2018, sendo que cada temporada possui 10 episódios, exibidos aos domingos de noite na HBO. O seriado é baseado em um filme de mesmo nome do ano de 1973 e tem como temática um parque de diversões para adultos em um futuro distópico. Lá, os clientes do parque – humanos – encontram com os anfitriões – robôs – e procuram realizar seus mais obscuros e violentos desejos. A premissa de *Westworld* por si só já aparenta ser bem complexa. Contudo, essa complexidade se intensifica ainda mais a partir da maneira com que os acontecimentos vão aparecendo, deixando os telespectadores cada vez mais confusos.

O seriado causou um burburinho na *internet*, pois grande parte da audiência que estava acompanhando o programa ao longo das semanas tentava entender o que estava acontecendo. Não demorou para que alguns telespectadores percebessem que *Westworld* apresentava diferentes linhas temporais – embora sem indicar isso em momento algum. Esse público, portanto, passou a se articular de forma a tentar organizar essas linhas temporais, buscando indícios no cenário, por exemplo, e a criar teorias sobre quem seriam alguns personagens. As linhas temporais e algumas teorias foram comprovadas no final da primeira temporada, que foi muito bem recebida pela crítica e pelo público espectador. O engajamento da audiência não foi diferente na segunda temporada, afinal, agora que o público já sabia as regras do jogo, buscava por ainda mais desafios. Além disso, conteúdos em diversos formatos e plataformas foram disponibilizados por fãs e produtores de conteúdo de forma a facilitar o entendimento do programa, com explicações a respeito das linhas temporais e dos acontecimentos.

Apesar de ser levado em consideração para este trabalho como a audiência utiliza a *internet* como um meio auxiliar para entender o programa e se articular como grupo, é irrefutável dizer que esse fenômeno vai muito além do entretenimento, permeando os mais diversos campos – inclusive o econômico e político. Assim, um público que anteriormente era visto apenas como receptor, agora pode ser o próprio disseminador de informações, o que pode ser muito benéfico, por um lado, e trazer muitos malefícios, por outro, pois permite a criação de novos polos disseminadores de informação, além de não se ter o controle da veracidade das informações que circulam no ambiente digital.

Por também acompanhar e buscar conteúdos sobre o seriado na *internet* e por acreditar que o público em questão faz um uso produtivo do meio, surgiu a ideia da pesquisa. A pesquisadora, portanto, considera-se fã da obra, sendo chamada por Jenkins (1992) de “aca-

fan” – pesquisadora que é fã do seu objeto de estudo – mas, a sua maior motivação para estudá-la foi querer entender como a confusão do seriado incentiva as articulações do público no ambiente digital, entendendo o produto audiovisual como algo muito original e particular. Além disso, sabendo da importância do mercado do entretenimento e a centralidade que os públicos têm para o profissional de Relações Públicas, estudos que analisam consumo midiático e recepção – levando em consideração, portanto, as articulações das audiências – podem e devem ser mais explorados pelos profissionais da área, trazendo benefícios e contribuições para a área e para os estudos que têm esse viés.

Dado esse contexto, a questão problema que guia esse trabalho é: de que forma os telespectadores brasileiros da produção televisiva da HBO, *Westworld*, consomem e decodificam o seriado? Para que se consiga responder essa pergunta, o objetivo geral, portanto, é compreender como se dá o consumo do seriado – sabendo que se trata de uma narrativa complexa – por parte dos telespectadores brasileiros e os reflexos desse consumo no processo de decodificação do programa. Os objetivos específicos, que permitem alcançar o geral, são: identificar os hábitos de consumo do seriado por parte dos telespectadores; investigar como ocorre o processo de decodificação do seriado; compreender o que mais chama atenção dos telespectadores com relação ao seriado. Nesse sentido, a pesquisa tem maior foco nos hábitos de consumo midiático, mas com alguns indícios para um estudo de recepção.

Para que se responda o problema e se atinjam os objetivos norteadores da monografia, lançou-se mão da pesquisa bibliográfica, que baseou a fase teórica do trabalho. Além disso, a metodologia empregada foi a do estudo de caso com abordagem quantitativa e qualitativa. Utilizou-se a técnica de pesquisa documental – que precedeu as outras etapas empíricas –, além de ter sido utilizado um questionário com o público telespectador para entender seus hábitos de consumo e processos de decodificação, além de buscar compreender as motivações para assistir ao seriado. Como o instrumento contava com algumas questões abertas, a técnica da análise de conteúdo foi utilizada para analisar as respostas.

Desta maneira, o trabalho conta com 5 capítulos, sendo o primeiro deles essa introdução, que traz a contextualização da temática e o problema e os objetivos de pesquisa. O segundo capítulo traz uma contextualização do que consiste os seriados norte-americanos e a cultura das séries, a partir de Jost (2012) e Silva (2014), respectivamente. São trazidos também os conceitos de cultura participativa e da convergência, voltados para a temática dos seriados e conforme Jenkins (2009). Mais adiante parte-se para o conceito da complexidade narrativa criada por Mittell (2012) e o que culminou para o surgimento dela. Outros autores que também contribuem para o tema são Silva (2015) e Mungiolli e Pelegrini (2013) e Mungiolli (2012).

O terceiro capítulo atenta para os processos comunicacionais e de produção de sentido, além de refletir acerca do consumo midiático. Tem como base, portanto, os teóricos Martín-Barbero (2009), Hall (2003) e Toaldo e Jacks (2013). Além disso, dá maior enfoque nas audiências, trazendo um panorama dos diferentes processos de leitura a partir de Eco (1994) e trabalha com a abordagem de Canclini (2008) com relação a leitores, espectadores e internautas. Apresenta, por fim, um modelo de diferenciação de engajamento de audiências a partir de Lopes e Castilho (2018).

O próximo capítulo se trata da fase empírica do trabalho e toma como base o modelo metodológico proposto por Lopes (2004). Aqui também são conceituadas as abordagens, metodologias, técnicas e instrumentos utilizados a partir de Yin (2010), Richardson (2010) e Bardin (2011). O capítulo final consiste nas considerações finais, espaço utilizado para refletir sobre os resultados e possíveis contribuições da pesquisa e sugerir mais aprofundamentos e continuidades a respeito do estudo.

2. SERIADOS E A COMPLEXIDADE NARRATIVA

Este capítulo tem como tema central os seriados, sendo o objetivo do primeiro subcapítulo trazer uma contextualização do cenário que compõe esse universo, abordar como a convergência e, por conseguinte, a cultura participativa, influenciam esse contexto, apontar o importante papel que os telespectadores desempenham aqui e apresentar no que consiste a cultura das séries. No segundo subcapítulo encontra-se o conceito da complexidade narrativa de Mittell (2012), quais recursos ela costuma utilizar, os fatores que culminaram para o surgimento dela, além de ser apontado as relações dos telespectadores com esse tipo de narrativa. Por fim, no terceiro subcapítulo apresenta-se uma possível crítica não ao conceito, mas sim às limitações que pode acarretar às pesquisas, se não utilizado com outros recursos e técnicas de investigação.

2.1. Séries, convergência e fãs

Para que se tenha um panorama da importância dos seriados no cenário atual e uma contextualização do que constitui os seriados norte-americanos, o teórico francês François Jost (2012) propõe uma série de argumentos e conceitos. Para os telespectadores, a relevância de programas nesse formato é tanta que, conforme o autor:

a seriefilia substitui a cinefilia e, embora dela se distinga, ela se apropriou de alguns de seus traços: o conhecimento preciso das intrigas, das temporadas, dos comediantes, de suas carreiras, dos autores, de suas trajetórias e dos casos e percalços da realização de seus projetos, das datas de difusão etc (JOST, 2012, p. 24).

Jost (2012) trabalha com a hipótese de que o fato de uma série ser aclamada entre o público deve-se mais ao ganho simbólico que ela confere aos telespectadores¹ do que aos procedimentos visuais, retóricos e narrativos por ela utilizados. Ademais, o autor apresenta duas maneiras de pensar as narrativas: a primeira é compreender como ela é construída, que será abordada por outros autores nos próximos subcapítulos; e a segunda é por que se quer que ela seja contada. E é nessa segunda maneira que ele se incube a refletir durante o seu livro, analisando as séries mais populares entre o público e não as aclamadas pela crítica.

Existem três vias de acesso à ficção, de acordo com o autor (2012). A primeira é a atualidade, identificada também com a realidade em geral. A atualidade tem duas faces: a dispersão, que diz respeito a aparição de acontecimentos do cotidiano; e a persistência, que se refere a um conhecimento mais universal, o que os telespectadores sentem como

¹ Apesar de reconhecermos que há diferenças etimológicas, epistemológicas e teóricas entre os termos “telespectador”, “receptor” e “audiência”, neste trabalho eles serão utilizados como sinônimos.

contemporâneo. O primeiro procedimento é arriscado, posto que cria efeitos de real no momento em que a série é programada, podendo ser expirado rapidamente, sendo possível que os acontecimentos caiam no esquecimento. Já no segundo caso “o presente infla-se para construir uma duração muito mais longa, um tipo de banho de imersão no qual está mergulhado o mundo” (JOST, 2012, p. 29). Sendo assim, a política de Obama se encaixa na dispersão, enquanto o 11 de setembro aparece na persistência, por exemplo.

A segunda via de acesso à ficção, conforme coloca Jost (2012), é a universidade antropológica, em que ocorre a ruptura com o discurso realista e, conseqüentemente, com traços estáveis e intangíveis, dando espaço para narrativas que toquem no que há de mais humano e social nos telespectadores. O autor, para exemplificar a universidade antropológica, traz exemplos como o da série *Heroes*, que “coloca sobre o signo essa interrogação metafísica eterna: De onde vem essa necessidade de saber mais, de resolver os enigmas da vida? Por que existimos? Por que sonhamos?” (JOST, 2012, p. 30-31). Aqui não se leva em consideração o que é o bom ou o mau, por exemplo, mas o que existe de humano em nós. Por fim, é a midiaticização – considerada a terceira via de acesso – que caracteriza as séries norte-americanas, pois elas se comunicam com a realidade por meio da imagem sob todas as suas formas.

No entanto, atualmente a midiaticização não se refere somente aos tradicionais meios de comunicação. Jenkins (2009), ao perceber os usos da *internet* e seus reflexos no papel exercido dos públicos, trabalha nos conceitos de cultura da convergência e cultura participativa para que se possa entender melhor as novas configurações da mídia e como o mercado e os públicos se reinventaram. Assim, a cultura da convergência diz respeito

ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam (JENKINS, 2009, p. 29).

Nesse sentido e conforme Jenkins (2009, p. 30), a convergência “representa uma transformação cultural em que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos”. E é a partir da participação ativa dos consumidores que conteúdos circulam por diferentes sistemas de mídia. Desta maneira, a cultura participativa rompe com a ideia de passividade dos espectadores e com a ideia de que produtores e consumidores de mídia desempenham papéis diferentes, pois eles agora interagem de acordo com um novo conjunto de regras. Como Jenkins destaca (2009), se antes os consumidores eram passivos, indivíduos isolados e silenciosos e invisíveis, os novos consumidores são ativos, conectados e barulhentos e públicos.

O conceito de “inteligência coletiva” é abordado por Pierre Lévy e trazido pelo autor norte-americano, por se referir ao consumo como um processo coletivo. “Nenhum de nós pode saber tudo; cada um de nós sabe alguma coisa; e podemos juntar as peças, se associarmos nossos recursos e unirmos nossas habilidades” (JENKINS, 2009, p. 31). De acordo com o autor (2009), a inteligência coletiva pode funcionar como uma alternativa ao poder midiático e alterar a lógica de funcionamento de uma indústria midiática e o modo pelo qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. A convergência transforma, portanto, tanto a produção quanto o consumo dos meios de comunicação. Com relação ao conceito de Pierre Lévy, é importante destacar que

o que consolida uma inteligência coletiva não é a posse de conhecimento - que é relativamente estática -, mas o processo social de aquisição do conhecimento - que é dinâmico e participativo -, continuamente testando e reafirmando os laços sociais do grupo social (JENKINS, 2009, p. 79).

A visão do fã que será levada em consideração aqui é a que Jenkins (1992, p. 277) propõe. Nesse modelo são apresentados cinco níveis de atividades que caracterizam esse sujeito. Primeiramente, os fãs consomem um texto televisivo quantas vezes julgarem necessário, “misturando um sentimento de proximidade e uma distância crítica” e não apenas compreendendo esse texto, mas utilizando-o em diferentes formas culturais e partilhando e trocando informações com outros fãs. Nesse sentido, o processo de recepção é traduzido em interação social e assistir ao programa se torna apenas o início do processo do consumo. Além disso, esses sujeitos exercem uma série de práticas críticas e interpretativas, procurando corrigir as falhas dos textos. Realizam, também, o consumo ativo, se organizando contra o cancelamento do programa que assistem, por exemplo. Ademais, criam uma nova maneira de cultura popular ao produzir, distribuir, exibir e consumir a partir de produtos criados por eles. Por fim, acabam adquirindo características de sociedades complexas e organizadas, sentindo-se pertencentes a um grande grupo que não precisa estar geograficamente reunido a partir do compartilhamento de referências e interesses em comum.

Tendo em vista as características e atividades dos fãs, no contexto da convergência, raramente os consumidores de mídia assistem determinado programa em completo isolamento, sem dividir referências ou debater sobre aquilo que é mostrado na tela. É na busca desse compartilhamento de informações que os fãs acabam por se organizar em uma sociedade complexa e organizada. Assim, os consumidores assumem o papel de caçadores e coletores, buscando pedaços de história pelos diferentes canais; participando de grupos de discussão online, trocando observações e anotações entre si; e “colaborando para assegurar que todos os que investiram tempo e energia tenham uma experiência de entretenimento mais rica”

(JENKINS, 2009, p. 48). Ao trazer exemplos da franquia Matrix – cujos produtores não pouparam esforços ao utilizar a comunicação transmídia na divulgação –, Jenkins aponta que os consumidores mais envolvidos iam “atrás de dados em múltiplos meios, esquadrinhando cada texto à procura de revelações de seu universo” (JENKINS, 2009, p. 141).

Os produtores de Lost também utilizaram dessa comunicação transmídia, como Bandeira (2009) aponta, lançando o jogo Lost Experience, em que a ideia de inteligência coletiva se concretizou, pois era necessário conhecimento na língua coreana e em criptografia, por exemplo. O jogo Dharma Wants You também é um exemplo, em que simulava a real existência da instituição e do seu processo de seleção; houve também um vídeo promocional da série com a aparição de uma companhia aérea fictícia, a Ajira, e aqueles que pesquisavam sobre a empresa encontravam um site institucional com pistas e referências escondidas.

Uma proposta de diferenciação entre consumidores midiáticos é feita por Jenkins (2009), sendo: zarpeadores, casuais e fiéis. Os zarpeadores assistem fragmentos de programas, mudando de canal constantemente. Os fiéis passam menos tempo assistindo televisão do que os outros telespectadores e buscam assistir programas que os tragam satisfação. Se entregam a eles e buscam vê-los mais de uma vez. Ademais, “passam um período maior de seu tempo livre falando sobre os programas; e têm mais probabilidade de buscarem conteúdos em outras mídias”. Enquanto os fiéis assistem a determinados programas, os zarpeadores assistem televisão. Entre eles estão os casuais, que assistem determinado seriado quando têm tempo livre ou quando se lembram dele. Normalmente, ao assistirem a série não lhe dedicam atenção total, realizando muitas vezes outras atividades ao mesmo tempo. Apesar de geralmente assistirem do início ao fim, é possível que fiquem entediados e desistam do programa. É preciso destacar, entretanto, que “nenhum espectador é exclusivamente fiel, casual ou zarpeador; a maioria assiste à televisão de maneiras diferentes, em ocasiões diferentes” (JENKINS, 2009, p. 109).

Mais adiante na obra, o autor menciona Umberto Eco, trazendo o que o teórico italiano acreditava ser necessário para transformar um filme como Casablanca (1942) em um produto cult, além do fato de ser adorado. De acordo com Eco (apud JENKINS, 2009, p. 144), a obra deve chegar aos telespectadores como um “universo completamente guarnecido, para que os fãs possam citar personagens e episódios como se fossem aspectos do sectário universo particular”. O universo em questão precisa ser “enciclopédico” e conter um rico conjunto de informações que permitam os consumidores dedicados de estudá-las, praticá-las e dominá-las. É a partir desses universos particulares, com segredos e referências, que os fãs começam a estudar um filme ou um seriado. Assistem mais de uma vez episódios inteiros e selecionam fragmentos de falas em busca de referências e pistas que possam auxiliá-los a entender os

mistérios das produções audiovisuais. Bandeira (2009) confirma isso em seu estudo ao trazer o exemplo dos fãs de *Lost*, que compravam livros ou revistas raras que apareciam no seriado, na busca de referências ou pistas dos mistérios da trama.

Ao utilizar como estudo de caso o filme *Matrix*, Jenkins (2009, p. 145) explica que as muitas referências utilizadas na película são um dos fatores que despertam a reação do público, conforme segue:

Camadas sobre camadas de referências catalisam e sustentam nossa epistemofilia; as lacunas e os excessos proporcionam oportunidades para as muitas e diferentes comunidades de conhecimento, que surgem em torno desses filmes cult, mostrarem sua expertise, escarafuncharem suas bibliotecas e conectarem suas mentes a um texto que promete um poço sem fundo de segredos [...] Quanto mais a fundo você investiga [as referências de *Matrix*], mais segredos aparecem, os quais podem todos parecer, a qualquer momento, a chave do filme.

Ademais, os artistas que constroem universos por meio de narrativas criam ambientes que não podem ser explorados em apenas uma mídia ou obra. “O universo é maior do que o filme, maior, até, do que a franquia – já que as especulações e elaborações dos fãs também expandem o universo em várias direções” (JENKINS, 2009, p. 157). As novas estruturas narrativas são mais complexas e estão, portanto, quebrando com o paradigma de início, meio e fim, posto que agora é possível “expandir a extensão das possibilidades narrativas” (JENKINS, 2009, p. 161).

Outro autor que se propõe a compreender e investigar o fenômeno contemporâneo que consiste na produção e circulação de séries, levando em conta as diferentes práticas de consumo, é Silva (2014). Conforme o pesquisador, estamos inseridos em um cenário de “ampliação das formas de produção e consumo audiovisual” e o fenômeno da “cultura das séries” consiste no resultado das “novas dinâmicas esportivas das séries de televisão”, especialmente as norte-americanas. Para compreender esse fenômeno e o contexto que resulta no destaque desses programas, o pesquisador propõe três condições centrais. A primeira é a forma e está relacionada com a criação de novos modelos narrativos e a permanência e reconfiguração de modelos clássicos. A segunda diz respeito ao contexto tecnológico que permitiu o impulsionamento da circulação das séries a nível global e em outros meios que não a televisão. E a terceira se refere ao consumo das séries, tanto por parte do público – a partir de comunidades de fãs, por exemplo –, quanto pelos espaços noticiosos e críticos – podendo ser por parte de grande veículos de comunicação focados em televisão ou não. Portanto, a atuação destas condições resulta na cultura das séries, que tem como característica um cenário cultural singular, possuindo suas próprias dinâmicas de produção, circulação e consumo.

O papel do escritor/produtor nas séries televisivas é de suma importância, conforme afirma Silva (2014). Esses sujeitos possuem um valor distintivo, no entanto análogo, ao dos diretores de cinema. Silva (2014) cita nomes como David Chase, J.J. Abrams, Tina Fey, dentre outros, que ganharam destaque e credibilidade em comentários críticos a respeito de suas séries e acabaram mobilizando interesse do público para as suas outras obras. Ademais, aponta que em um circuito crítico que dá relevância artística para as séries, a definição de uma marca autoral fornece valor e auxilia em “obras mais radicais narrativamente” a receberem investimento. Assim, a televisão abre espaço, por exemplo, para produções com narrativas complexas – conceito de Mittell (2012) que será trabalhado mais adiante – e estas passam a estar presentes nos circuitos digitais pela troca de arquivos e consumo online.

No que tange o desenvolvimento de novas formas narrativas, Silva (2014) salienta que esse fator está relacionado com a televisão ter se tornado um espaço possível de qualidade artística, levando em conta o investimento que vem sendo feito nos últimos tempos na singularidade estilística das séries. Com relação ao consumo e acesso às séries, o autor entende que a facilidade de acesso a esses produtos audiovisuais permitiu novas maneiras de assistir aos programas e um maior envolvimento por parte dos fãs.

A digitalização desses programas, de modo diacrônico, demonstra o amplo circuito cultural em que as séries estão inseridas, a sua necessidade de permanecer vivas, em circulação, mesmo diante da efemeridade que sempre caracterizou a estrutura em fluxo do modelo televisivo tradicional (SILVA, 2014, p. 248).

Ainda, referente a relação entre público e série, Silva (2014, p. 248) coloca como esse sendo o “vértice derradeiro do esquema conceitual que criamos para entender a cultura das séries”. Acrescenta que esse esquema compreende as novas dinâmicas espectatoriais engendradas pelos fãs e que a partir delas ocorrem trocas simbólicas dos fãs para as emissoras e vice-versa. Para exemplificar essas relações, o autor (2014, p. 249) explica que existem três estratégias de convite por parte da série. O primeiro convite se dá quando os produtores convidam o público para interagir de forma direta, chamado de evidente. Um exemplo disso é o uso de hashtag na tela a partir do que foi comentado pelo público no Twitter. O segundo é o orgânico ocorre quando “a diegese dos programas incorpora a presença (material ou simbólica) da experiência participativa” e pode-se usar como exemplo o blog do Dr. John Watson que aparece na série Sherlock e existe de verdade. E o convite obscuro é efetuado no interior das narrativas e de forma subliminar, podendo apenas os espectadores mais assíduos decodificar. Essa estratégia pode ser exemplificada com a série *Arrested Development*, em que:

em seus últimos momentos, costumava brincar com a baixa audiência e a possibilidade de cancelamento indicado pela Fox; em um episódio da terceira e última temporada,

ela usa o duplo sentido do termo S.O.Bs (que comumente se refere a son of a bitch), indicando também o site criado pelos fãs para pressionar a emissora contra o cancelamento (SILVA, 2014, p. 249).

Para além da relação da série com os fãs, existe a relação entre os próprios fãs, isto é, no seio das comunidades virtuais dos espectadores, que na maioria das vezes são de diferentes localidades e matrizes culturais. Silva (2014) expõe como prática desses grupos a troca de informações, práticas participativas – obras (de diferentes formatos, podendo ser fan-art, fanfiction, fanfilm, por exemplo) realizadas e divulgadas pelos fãs. Ademais, o digital e as facilidades tecnológicas de modo geral também permitiu que os fãs adquirissem mais conhecimento a respeito dos diálogos, desenvolvimento das tramas, montagem das cenas, entre outros. As notícias e críticas também fazem parte da cultura das séries, havendo espaços específicos de divulgação e análise dos programas, ocorrendo tanto em grandes veículos de comunicação, como em sites e blogs específicos sobre o tema. Estes últimos muitas vezes são mantidos por fãs das séries e costumam trazer notícias dos bastidores, análise de episódios e entrar em campanhas contra o cancelamento dos programas. Posto isto, Silva (2014, p. 250) conclui que “eles são parte fundamental do processo de produção, circulação e consumo de ficção televisiva que chamamos aqui de cultura das séries”.

2.2 Narrativas Complexas e a relação com os telespectadores

O conceito da complexidade narrativa de Mittell (2012) pode ser considerado como uma ferramenta que auxilia a sistematizar a análise de estudos sobre séries televisivas a partir de características em comum, como discorre Silva (2015). Ele aparece após surgimento de programas ficcionais feitos por canais de assinatura, entre os anos 1990 e 2000, que ampliaram algumas limitações das séries produzidas por canais de televisão aberta, principalmente de ordem temática, estilística, linguística e expressiva. Esse novo modelo de programa ficcional começou a receber validação crítica e interesse acadêmico, além do que as séries passaram a vencer premiações. A HBO foi a precursora deste movimento, sendo a primeira emissora a se preocupar em utilizar procedimentos narrativos fora do padrão estabelecido, com narrativas intrincadas, e com algumas semelhanças de encenação do cinema. Sabendo que a maioria dos canais utiliza comerciais no meio da exibição dos programas, a HBO inovou também no aspecto dos negócios, posto que abriu mão dos intervalos durante a exibição das séries (SILVA, 2015).

Nesse sentido, outros canais passaram a se preocupar em produzir dramas de qualidades – como a AMC, FX, Showtime, dentre outras. Silva (2015) destaca as séries da HBO como

The Sopranos, The Wire, Deadwood e Six Feet Under, que são algumas das séries mais populares e premiadas e que influenciaram o surgimento de programas provenientes de outros canais, que atualmente são reconhecidos pelo público, pela crítica e ganham destaque também na academia. É o caso de Homeland, Dexter, The Walking Dead, Mad Men e Breaking Bad. Desta maneira, com o surgimento desses programas que passaram a construir suas narrativas de maneira singular, Mittell (2012) criou o conceito de complexidade narrativa como uma ferramenta analítica com o objetivo de

entender as séries primeiramente levando em conta o ambiente comunicacional específico em que estão inseridas na contemporaneidade (as mudanças tecnológicas, as novas formas de recepção e participação, os esquemas produtivos que privilegiam a experimentação, etc.), e depois a partir de características especificamente narrativas, como a construção dos episódios e das temporadas através do investimento em uma tensão expressiva entre os modelos tradicionalmente episódicos (como unidade sintagmática estruturante da série) e modelos seriados mais próximos ao folhetim, com esgarçamento das tramas para além dos episódios (SILVA, 2015, p. 21).

O conceito ficou conhecido no Brasil após a divulgação do artigo central de Mittell em 2012 – que em breve será trazido mais detalhadamente –, e a partir dele surgiram uma série de trabalhos acadêmicos levando em conta o conceito, conforme discorre Silva (2015). Ainda em relação ao contexto nacional, Mungioli e Pelegrini (2013, p. 24) vão contra a percepção de que narrativas complexas são provenientes de roteiros mais longos ou se apropriam da estética literária, definindo narrativas desse gênero como

um conjunto de fatores sociais, econômicos e tecnológicos cujas ressonâncias intra/extratextuais podem ser observadas no discurso ficcional televisivo, principalmente, a partir do final da década de 1970. Tais ressonâncias não ocorrem apenas nas séries norte-americanas, mas também na produção de ficção de televisão de outros países fortemente influenciada pelos padrões da indústria televisiva norte-americana. São transformações que envolvem o circuito da comunicação (HALL, 2002) e, portanto, constroem práticas, conceitos, códigos na forma de retroalimentação em que as questões simbólicas não se desvinculam das práticas sociais e condições de produção.

A complexidade narrativa, apesar de não estar inserida nos programas televisivos mais populares e ser exibida em menor quantidade do que programas convencionais (como sitcoms e dramas convencionais), está tão disseminada e popular que do período de 1990 até atualmente, Jason Mittell (2012) acredita estarmos vivendo a era da complexidade televisiva. Apesar de não serem o fator principal que acarretou no surgimento da complexidade narrativa, as transformações na mídia, nas tecnologias e no comportamento do público influenciaram o surgimento e a consolidação das estratégias criativas que possibilitaram o surgimento desse tipo de narrativa. Ainda, apesar do autor norte-americano (2012) recusar a ideia de que as narrativas complexas sejam consequência direta das novas séries de televisão estadunidenses,

Silva (2015, p. 21-22) compreende que o conceito “virou a força motriz de entendimento das séries contemporâneas, reforçadas pela crescente popularidade que esses programas obtêm junto a um público segmentado e à crítica especializada”.

Conforme Mittell (2012) aponta, a complexidade narrativa se trata da redefinição de formas episódicas, não havendo a necessidade de fechar a trama em cada episódio – conforme ocorre em outros programas com narrativas tradicionais –, ganhando destaque histórias com continuidade e que perpassam por diversos gêneros. Ademais, programas desse gênero chamam atenção pelo efeito especial narrativo, nesse sentido, a maneira pela qual a narrativa é construída ganha notoriedade e é admirada; ficando em evidência a estética operacional. Logo, “a reflexividade operacional nos convida a pensar no ambiente ficcional ao mesmo tempo em que apreciamos sua construção” (MITTELL, 2012, p. 43). Assim, um dos fatores mais impressionantes desse modelo de narrativa não são necessariamente as histórias, mas sim as estratégias utilizadas para contá-las.

Outra característica desse gênero destacada por Mittell (2012) é a utilização alterações cronológicas, recurso que também é utilizado em programas convencionais. No entanto, na complexidade narrativa esse recurso aparece de forma regular ou com muito mais frequência e não de maneira óbvia, mas sim de modo sutil. Portanto, as histórias são construídas e contadas sem medo de deixar o telespectador confuso. O autor exemplifica a utilização dessas estratégias de storytelling citando programas como *Lost*, *Alias*, *Jack and Bobby*, entre outros, que não indicavam de maneira explícitas sobre a forma de contar, ocasionando em momentos de desorientação. Esse modelo de narrativa, que lança mão de recursos característicos da narrativa complexa, é similar ao da dimensão formal do cinema, contudo, é utilizado em programas que alcançam grandes audiências. Além disso, e como será tratado em breve, os telespectadores desse tipo de programa recebem a recompensa no momento em que entendem o que está por trás da complexidade, enquanto no cinema e conforme Bordwell (1995, apud MITTELL, 2012, p. 47) a “ambiguidade e causalidade questionável de muitos filmes de arte” nem sempre permite que ocorra o esclarecimento.

Conforme Mungioli e Pelegrini (2013, p. 28), as produções ficcionais norte-americanas para televisão ocorrem em duas formas de serialização: a serial – que se trata do desenvolver da narrativa durante vários episódios, isto é, arcos dramáticos que se desenvolvem no decorrer da temporada até que se chegue a uma conclusão – e a série – que ocorre quando “os arcos dramáticos têm o limite do episódio – o desequilíbrio dramático ocorre no início do episódio e é resolvido no mesmo episódio”. Ademais, Mittell (2006, apud MUNGIOLI; PELEGRINI, 2013) discorre acerca do equilíbrio entre série e serial, que caracteriza a forma mais básica do

conceito de complexidade narrativa, e que permite que o melhor das duas formas seja utilizado: a episódica e a contínua. Nesse aspecto e concomitantemente, a forma da série resolve problemas pontuais, ao passo em que a serial desenrola tramas que não cabem em somente um episódio. Isso permite que sejam colocados em prática processos de produção de sentido a partir de novos modelos de interação entre produção e audiência e que sejam identificados, de acordo com os autores, telespectadores de primeiro e segundo nível – levando em conta os conceitos de leitores de primeiro e segundo nível sistematizados por Eco (1994) e que serão melhor abordados no próximo capítulo.

No cruzamento das duas formas a narrativa é construída levando em consideração aspectos da complexidade do tempo presente e suas relações com o passado e o futuro, conforme aponta Mittell (2006, apud MUNGIOLI, 2012). O autor norte-americano coloca que essa transformação não tem como base ou referência o cinema ou a literatura, pois é proveniente da própria evolução de linguagem da televisão. Além disso, essas transformações não ocorrem por conta de avanços criativos de roteiristas, mas se devem às associações de forças históricas que buscam a transformação das “normas estabelecidas com alguma criatividade”.

Assim, as mudanças na indústria televisiva – que compreendem o contexto tecnológico apontado por Silva (2014) –, conforme discorre Mittell (2012), ajudaram a reforçar as estratégias para a complexidade. Mittell (2006, apud MUNGIOLI, 2012) articula os mais variados fatores que culminam na complexificação das narrativas e que propiciam um cenário favorável a essas transformações, tais quais: liberdade de criadores no sentido de controlar seus produtos; necessidade da ficção se reinventar e se diferenciar por conta do aparecimento de *reality shows*; bem como os efeitos provocados pela tecnologia que culminaram em novas formas de assistir ficção televisiva, como o surgimento de canais pagos e, conseqüentemente, uma maior concorrência entre eles – daí a importância da HBO ter se reinventado, conforme Silva (2014) –; assim como a distribuição desses programas também no formato de DVD e Blu Ray, possibilitando que o público conseguisse rever de forma mais fácil episódios e até mesmo temporadas.

Ganz-Blaettler (2011 apud MUNGIOLI, 2012) também percebe os avanços da tecnologia – como a possibilidade de gravação e distribuição de programas – e a consolidação dos canais pagos, como um facilitador para o surgimento desse modelo de narrativa, posto que programações que não passavam no horário nobre normalmente possuíam um orçamento menor. Ainda, podemos acrescentar também os novos modelos de distribuição que estão alta atualmente, que são os serviços de vídeo sob demanda e que serão retomados na parte empírica

do trabalho. Nesse aspecto, a partir do momento que os telespectadores têm a possibilidade de assistir aos programas no momento em que desejam, existe a necessidade das produções televisivas se reinventarem. Posto isso e levando em conta a necessidade de chamar atenção do público que paga por TV a cabo que normalmente, apesar de menor, são mais dedicados, fiéis e homogêneo; as narrativas ficcionais que se complexificam acabam ganhando espaço nas grades de canais de entretenimento. Nesse sentido, as tramas ficam cada vez mais refinadas e lançam mão de recursos como elipses – “buracos” temporais na trama, conforme Gerbase (2014) – prolepses (que se refere aos *flashforwards*, isto é, mostrar acontecimentos do futuro) e analepses (que vão de encontro com os *flashbacks* e dizem respeito a acontecimentos passados), proporcionando interpretações mais profundas por parte da audiência, que deve buscar “compreender não apenas os conflitos, mas também as estruturas que constroem esses conflitos” (MUNGIOLI, 2012, p. 5).

Para concluir, Munglioli (2012) infere que as narrativas complexas evidenciam a complexa inter-relação dos agentes no circuito de Hall (2006) – produção-circulação-distribuição/consumo (que será trazido com mais detalhes no próximo capítulo) – e propiciam uma série de transformações nesse circuito. Assim, ao complexificar universos narrativos, as produções lançam mão de diferentes temporalidades e complexificam personagens, tendo como resposta telespectadores com maior envolvimento emocional e cognitivo.

Com relação ao envolvimento do público e quando comparadas com programas de ficção convencionais, as narrativas complexas possibilitam uma experiência muito mais rica e multifacetada que é desfrutada pelos telespectadores, conforme discorre Mittell (2012). Ainda, ao lançar mão de recursos complexos para contar uma história, contam com “uma gama de oportunidades criativas e uma perspectiva de retorno do público que são únicas no meio televisivo” (2012, p. 31), afinal, o público costuma aderir a esses programas de forma muito mais apaixonada do que outros programas convencionais. No âmbito do comportamento, os consumidores desse modelo ficcional costumam, conforme o autor norte-americano, rever episódios ou ao menos algumas partes deles, para que possam analisar minuciosamente momentos complexos. Sendo assim e por conta dos recursos de *storytelling* utilizados, o público é instigado a se engajar com um conteúdo ficcional, o que anteriormente não ocorria, posto que o ato de assistir televisão era visto apenas como uma forma momentânea de se entreter.

São destacados por Mittell (2012) outros fatores importantes para se estabelecer de forma concisa esse novo modelo de assistir televisão, como o surgimento do DVD – conforme já mencionado –, cuja qualidade visual é muito superior aos de fitas de vídeos que já circulavam

anteriormente, mas não com tanta força. Por conta disso, muitos telespectadores começaram a assistir temporadas inteiras de uma só vez, além de poderem assistir mais de uma vez episódios ou cenas. Saccomori (2016) também aborda esse tipo de consumo em sua pesquisa e define o ato de assistir em sequência um conteúdo audiovisual – podendo ser episódios de um seriado específico ou filmes de uma mesma saga – como maratona. Apesar desse fenômeno de consumo não ocorrer apenas no universo dos seriados, “encontra-se totalmente circunscrito ao mesmo” (SACCOMORI, 2016, p. 25). Conforme a pesquisadora, essa prática se tornou comum com o surgimento dos DVDs e, mais tarde, com as opções de *downloads* e *streaming* e hoje é chamada de *binge-watching*.

Outro elemento importante enfatizado por Mittell (2012) é que ao passo que a quantidade de canais foi crescendo, conseqüentemente a audiência dos programas foi reduzindo. Assim, o ramo do entretenimento percebeu que para tornar um programa ficcional lucrativo nem sempre é necessário ter um público muito grande, mas sim dedicado e fiel. Nesse sentido, o que pode manter economicamente um seriado ficcional é a constância e estabilidade de um público seguidor.

Reforçando o conceito de inteligência coletiva – que se estabelece no ambiente digital a partir da interação e troca de conhecimento de fãs – de Lévy e que é trabalhado por Jenkins (2009), Mittell (2012, p. 35) discorre acerca da ubiquidade da internet, que “permitiu que os fãs adotassem uma inteligência coletiva na busca por informações, interpretações e discussões de narrativas complexas que convidam à participação e ao engajamento”. Conforme o autor (2012, p. 35), o fluxo unilateral da televisão não é mais a única forma que o público encontra o universo ficcional, posto que agora, por intermédio de outros meios como “os videogames, os blogs, sites de RPG e sites de fãs”, é possível expandir “os metaversos das elaborações narrativas complexas [...] até atingir âmbitos completamente interativos e participativos”.

Nesse sentido e levando em conta os conceitos de cultura da convergência e cultura participativa e o que fora apresentado anteriormente referente às novas tecnologias como fator facilitador do engajamento do público; Mittell (2012) destaca que o comportamento ativo dos telespectadores é uma prática que cada vez mais está em evidência. E, apesar das novas tecnologias não terem relação direta com o surgimento dos programas ficcionais complexos, os efeitos e as possibilidades que eles provocam – tanto para a mídia quanto para os receptores – viabilizam o sucesso desses programas.

Desta maneira e conforme discorre Mittell (2012), seriados que lançam mão de narrativas complexas e, conseqüentemente, de recursos de *storytelling* que causam desorientação temporária e confusão, permitem que os telespectadores – ao acompanhar o

seriado ao longo do tempo e por meio de um engajamento mais ativo – sistematizem e organizem “sua habilidade de compreensão”, conseguindo, assim, entender e dominar as regras internas dos programas complexos. Para Mungoli (2012), o engajamento do público está associado ao prazer de desvendar o que está além da história, isto é, o que faz parte da construção do texto. Assim, e de acordo com Motter e Mungoli (2006, p. 11), os telespectadores agem como descobridores e passam “a prestar mais atenção às estruturas e aos significados das cenas, pois a qualquer momento uma leitura de segundo nível poderá ser necessária”.

No entanto, Mittell (2012, p. 48) coloca que essa relação dos telespectadores com as narrativas complexas pode ser um pouco controversa, pois ao passo que os telespectadores querem “aproveitar os resultados da máquina”, também querem se maravilhar com os seus modos de funcionamento. A estética operacional, portanto, funciona desta maneira – a audiência busca ser engajada e, ao mesmo tempo, manipulada pelas maquinações das narrativas. Para exemplificar como se dá a estética operacional, Mittell (2012) traz seriados como *Lost*, *Alias*, *Veronica Mars*, *The X-Files*, *Desperate Housewives* e *Twin Peaks*, em que os fãs mais engajados acompanhavam os programas com o intuito de descobrir os mistérios e enigmas das narrativas. O autor também destaca que era possível encontrar esses “detetives” em muitos fóruns na *internet*. Assim, ao passo que os telespectadores estão “entregues a uma diegese convincente”, também estão prestando atenção nos “processos discursivos do contar”, exercendo o papel de “espectadores narratologistas amadores, observando os usos e violações das regras, recuperando cronologias e evidenciando inconsistências ou continuidades entre episódios e até entre séries” (MITTELL, 2012, 49).

2.2.2 Uma possível crítica às limitações do conceito

Apesar de Silva (2014 e 2015) utilizar o conceito de complexidade narrativa em suas pesquisas e entender a sua relevância, o autor se mostra um pouco apreensivo quanto às consequências que isso pode acarretar nas pesquisas de modo geral. Explica que no Brasil, desde a publicação de Mittell (2012), o conceito tornou-se como uma “pedra fundamental indelével” e que auxilia a validar o objeto de estudo e as propostas de pesquisa dos mais diversos trabalhos acadêmicos que utilizam o conceito. Acrescenta ainda que o próprio Mittell (2012), apesar de não concordar o juízo de valor que está vinculado ao conceito de narrativa complexa, acredita que muitas vezes isso é utilizado como estratégia de validação de produções televisivas, ao mesmo tempo em que assegura que o conceito funcione como uma ferramenta metodológica analítica para descrever o funcionamento narrativo de programas televisivos

estadunidenses contemporâneos. O pesquisador brasileiro, contudo, questiona se existe algo que sirva mais como estratégia de validação e legitimação do que uma objetividade científica irrefutável e que não esteja relacionada com questões de juízo de valor e gosto (SILVA, 2015).

Nesse sentido, Silva (2015), destaca a importância de olhar para o conceito de forma crítica e não apenas tomá-lo como verdadeiro, utilizando as pesquisas como análises comprobatórias do fenômeno. Entende, portanto, que conceitos como complexidade narrativa, surgem na academia como “ferramentas discursivas de validação dos objetos analisados, que se escoram em uma perspectiva moderna de objetividade científica, para estudar programas de origens, modelos narrativos, dramaturgias e modos de encenação bastante singulares” (SILVA, 2015, p. 23). Desta maneira, o autor acredita que para entender os fenômenos comunicacionais, não devemos negar totalmente as objetividades analíticas, mas devemos ter cuidado com esses conceitos, que “enfraquecem o campo ao delimitarem um corpus privilegiado de programas que mereceriam, em larga medida, a investigação acadêmica” (SILVA, 2015, p. 23-24).

Articula ainda que as pesquisas não devem ter como ponto de partida os conceitos, nem focar apenas na centralidade das obras e na criatividade de seus criadores. O que o autor defende é que o campo seja cada vez mais vasto e multifacetado, posto que os sentidos produzidos pelas séries são provenientes do “entrecruzamento das instâncias produtivas, dos modos de recepção e da composição textual e estilística das obras” (SILVA, 2015, p. 25). Nesse sentido, acredita que o campo ainda precisa se desenvolver no âmbito da metodologia, para que os programas de pesquisa consigam “articular metodologias de análise audiovisual com estudos de recepção, análises de conteúdo com investigações dos modelos de negócio, estudos de estilo com pesquisas de audiência” (SILVA, 2015, p. 25).

Este trabalho, portanto, leva em consideração o conceito de complexidade narrativa, mas busca outras maneiras de comprovar esse fenômeno, para além do próprio seriado *Westworld*. Nesse sentido, tem-se como base da investigação os modos de recepção, que são uma das instâncias produtivas mencionadas por Silva (2015). Optou-se por essa instância, primeiramente porque ela está mais adequada com as competências e conhecimentos das pesquisadoras. Considera-se também que a partir da recepção pode-se verificar diversos fatores, inclusive as percepções com relação aos produtores e a composição estilística das obras, que são as outras duas instâncias levantadas pelo autor. Ademais, acredita-se que não caberia a um trabalho de conclusão de curso trabalhar todas as instâncias, posto que o próprio Silva (2015) argumenta ser necessária a criação de uma nova metodologia – e a partir disso, empregadas diversas técnicas de pesquisa –, para que grupos de pesquisa possam trabalhar em cima, não cabendo aos trabalhos mais breves, como é o caso dos trabalhos de conclusão de

curso, realizar essas investigações com articulação e cruzamento de diversas técnicas e competências.

Importante mencionar, ainda, que pesquisas que levam em consideração os processos de recepção só são possíveis pelo surgimento dos Estudos Culturais, que aparecem meados dos anos 70. Até então a codificação era considerada como o fator mais importante do processo comunicacional, sendo o receptor considerado um sujeito passivo. Desta maneira, as produções televisivas e as emissoras, por exemplo, eram vistas pela Escola de Frankfurt como detentoras do controle das massas a partir da Indústria Cultural. Com o advento dos Estudos Culturais, contudo, percebeu-se a importância do receptor neste processo comunicacional (MONTEIRO, 2005). Será, portanto, a partir desse viés que o próximo capítulo será construído e a investigação da complexidade narrativa, portanto, se dará a partir dos Estudos Culturais como processo.

3. PROCESSOS COMUNICACIONAIS E AUDIÊNCIAS

Este capítulo tem como tema geral abordar os processos comunicacionais. Para isso, no primeiro subcapítulo é apresentado o mapa das mediações e suas particularidades, proposto por Martín-Barbero (2009). O segundo subcapítulo se propõe a discutir a diferença entre consumo midiático e recepção, conforme Toaldo e Jacks (2013), e discorrer acerca da decodificação que ocorre a partir do processo comunicacional, teorizado por Hall (2003). O terceiro subcapítulo tem como enfoque as audiências e os processos de leitura, levando em conta o cenário da convergência já apresentado no primeiro capítulo.

3.1 Mediações

Martín-Barbero (2009, p. 13) analisa e estuda os processos comunicacionais levando em conta o contexto latino-americano. Entende que, atualmente, devemos atentar não para a “dessublimação da arte”, defendida pelos frankfurtianos, mas sim para a “emergência de uma *razão comunicacional*”, em que os dispositivos realizam e gerenciam as modificações do *mercado da sociedade*. Nesse sentido, propõe que pensemos a respeito da “*hegemonia comunicacional*” do mercado na sociedade, isto é, a comunicação como um meio de inserção das culturas “no espaço/tempo do mercado e nas tecnologias globais”. Posto isto, o teórico alerta que é preciso refletir acerca do local estratégico pelo qual a *comunicação* está ocupando nos novos modelos de sociedade e sua relação com o “relançamento da modernização” e com a “experiência da tardo-modernidade”.

Ao pensar sobre as diferentes visões de cultura, Martín-Barbero (2009, p. 13) coloca que na tardo-modernidade, a separação entre culturas *primitivas* – estudada pela antropologia – e *modernas* – objeto de estudo da sociologia – não cabe mais por dois motivos. O primeiro se trata da “especialização comunicativa do cultural”, movimento crescente e “organizado em um sistema de máquinas produtoras de bens simbólicos ajustados a seus ‘públicos consumidores’”. Para exemplificar, o autor aponta que isso é o que a televisão faz com as audiências, a imprensa com seus leitores, a escola com seus alunos, etc. O segundo motivo é que, pelo viés antropológico, toda vida social vira cultura. Assim, temos como sujeito/objeto de cultura a arte, a saúde, o trabalho, cultura de gênero, audiovisual, tecnológica, dentre outros.

Com relação ao aspecto *político* da comunicação, estamos vivendo a “reconfiguração das *mediações* em que se constituem os novos modos de interpelação dos sujeitos e de representação dos vínculos que dão coesão à sociedade” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 14). A mediação dos meios passou a fazer parte da ação política e dos discursos, pois ela é *socialmente produtiva*, produzindo e tornando cada vez mais denso os ritos e teatros da política.

Além disso, o meio não apenas veicula e traduz as representações já existentes, mas começou a “*constituir uma cena fundamental da vida pública*”. Com relação a importância dos meios no aspecto da política, Martín-Barbero (2009, p. 14) afirma que a televisão pode exigir da política negociar suas formas de mediação, pois é a partir dela que a política consegue adentrar os espaços domésticos e “reintroduzir em seu discurso [...] a materialidade significativa de que se constitui a interação social cotidiana”.

Martín-Barbero (2009) também aponta que a comunicação e a cultura estabeleceram um cenário de batalha política, exigindo que “a política recupere sua dimensão simbólica – sua capacidade de representar o vínculo entre os cidadãos, o sentimento de pertencer a uma comunidade – para enfrentar a erosão de ordem coletiva” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 14). E isso é algo que o mercado não pode se incumbir de fazer, posto que não pode: *sedimentar tradições* – levando em conta sua tendência a obsolescência acelerada das coisas e instituições; criar *vínculos societários* – afinal, esses vínculos se concretizam nos processos de comunicação e formação de sentido, e as trocas operadas pelo mercado se dão no nível dos valores (causando satisfação ou frustração) e não dos sentidos; e, por fim, *engendrar inovação social* – porque o mercado trabalha com lucro e a inovação social opera a partir de diferenças e solidariedades, resistências e dissidências.

Levando em conta as complexidades expostas em relação à comunicação, cultura e política, Martín-Barbero (2009) propõe um mapa de mediações, cujo objetivo é reconhecer a importância dos meios de comunicação no cenário atual, principalmente nas redes de poder e de produção cultural, mas também ir contra o *pensamento único* de que a tecnologia é o “grande mediador” entre as pessoas e o mundo, quando ela na verdade medeia a transformação da sociedade em mercado. Ainda, atenta para a importância dos novos agentes sociais – como organizações de direitos humanos, movimentos étnicos e de gênero – que introduzem novos sentidos do social e novos *usos sociais* do meio.

**Figura 1. Mapa das mediações
DOS MEIOS ÀS MEDIAÇÕES**



Fonte: Martín-Barbero (2009).

No mapa, a comunicação, a cultura e a política estão colocadas como fator central do modelo; as Matrizes Culturais (MC) e os Formatos Industriais (FI) se encontram no eixo diacrônico; e as Lógicas de Produção (LP) e as Competências de Recepção ou Consumo (CR) estão no eixo sincrônico. As relações entre esses elementos se dá da seguinte forma: as institucionalidades medeiam MC e LP; MC e CR estão ligadas por formas de socialidade; a tecnicidade é fator mediador entre LP e FI; e entre FI e CR estão as ritualidades. Importante mencionar que as mediações mais importantes para este estudo são: socialidade, tecnicidade e ritualidade.

Antes de serem aprofundados os fatores mediadores, é interessante mencionar a relação entre Matrizes Culturais e Formatos Industriais. Conforme Martín-Barbero (2009, p. 16), essa relação “remete à história das mudanças na articulação entre *movimentos sociais* e *discursos públicos*, e destes com os modos de produção do público que agenciam as formas hegemônicas de comunicação coletiva”. Utiliza como exemplo o gênero melodrama, que iniciou no teatro e depois apareceu nos formatos de folhetim e novela, passando mais tarde – após mudanças e hibridizações do popular (tramas voltadas para relações de parentesco) com o burguês (sentimentos entre casais) – para o cinema, no contexto norte-americano, e radioteatro e novela no contexto latino-americano.

Nesse sentido, Martín-Barbero (2009) atenta para a combinação entre discursos hegemônicos e subalternos e para a formação “de gramáticas discursivas originadas de *formatos de sedimentação* de saberes narrativos, hábitos e técnicas expressivas”. Outro ponto trazido pelo autor e que alimentam os diferentes gêneros e meios são as mudanças do capital e transformações tecnológicas e o movimento das *intertextualidades* e *intermedialidades*. A partir disso, diferentes técnicas para contar uma história podem ser utilizadas, exigindo do produtor sofisticadas estratégias, e do espectador a articulação de competências de leitura.

Conforme abordado no capítulo anterior, a complexidade narrativa se efetiva no contexto de inovação tecnológica, em que os telespectadores, a partir do surgimento dos DVD's, passam a assistir novamente episódios e cenas específicas ou assistir um episódio atrás do outro (*binge-watching*). Além disso, a *internet* também foi fundamental nesse fenômeno ao se tornar um espaço de troca de conhecimento – e hoje por ser o espaço em que muitos telespectadores usam para assistir aos seus programas. Desta maneira e com esse novo contexto, o espectador tem condições de articular diferentes conhecimentos, e se munir de cada vez mais informações acerca de um determinado programa – seja buscando esse material na *internet* ou por meio do seu esforço ao assistir novamente várias cenas e episódios inteiros. Sabendo disso, os produtores podem ousar cada vez mais, utilizando diferentes técnicas para contar uma história, deixando o telespectador confuso e com cada vez mais curiosidade, articulando, assim, suas competências e buscando entender o que está acontecendo.

Com relação à *institucionalidade*, o teórico aponta que essa é uma mediação densa de poderes e interesses contrapostos e que afeta a regulação dos discursos, em que o Estado procura dar “estabilidade à ordem constituída” e os cidadãos procuram defender seus direitos e ser reconhecidos. Pensada a partir desse viés, a comunicação é convertida em questão de *meios*, ou seja, da produção de discursos públicos e que atualmente, a grande maioria está do lado dos interesses privados. No que tange às relações entre Matrizes Culturais e Competências de Recepção, as duas são, como já colocado anteriormente, mediadas pelos movimentos de *socialidade*. Conforme Martín-Barbero (2009), essa mediação é gerada pela trama das relações cotidianas realizadas pelos indivíduos e é local de ancoragem da *práxis comunicativa*. É resultado dos usos coletivos de comunicação, das relações dos atores sociais com o poder. É nesse processo que as MC moldam os *habitus* que conformam as diversas Competências de Recepção. A comunicação, a partir do viés da *socialidade*, é uma questão de *fins* – da constituição do sentido e da construção e desconstrução da sociedade. As transformações que ocorrem na *socialidade* estão ligados a movimentos de reencontro com o comunitário – o autor

traz o exemplo dos jovens em torno da música para ilustrar – e estão relacionados a mudanças na sensibilidade e na subjetividade.

O funcionamento das Lógicas de Produção está relacionado com os seguintes fatores: *estrutura empresarial* – nas dimensões econômicas, ideológicas e de rotina de produção; *competência comunicativa* – que diz respeito a capacidade de se relacionar e construir públicos; e *competitividade tecnológica* – usos da tecnicidade e que dependem dos FI. O autor atenta para que não se confunda comunicação com técnicas e aponta que no cenário atual de globalização, a *tecnicidade* pode ser pensada como um *conector universal no global* (Milton Santos apud MARTÍN-BARBERO, 2009). Conforme Martín-Barbero (2009, p. 19):

Isso se dá não só no espaço das redes informáticas como também na conexão dos meios – televisão e telefone – com o computador, reestabelecendo aceleradamente a relação dos discursos públicos e relatos (gêneros) midiáticos com os formatos industriais e textos virtuais. As perguntas geradas pela *tecnicidade* indicam então o novo estatuto social da técnica, o reestabelecimento do sentido do discurso e da *práxis* política, o novo estatuto da cultura e os avatares da estética.

E, finalmente, as *ritualidades* estão relacionadas com o nexos simbólico que sustenta a comunicação, à sua ancoragem na memória, aos seus ritmos e formas e seus cenários de interação e repetição. Em sua relação com os FI, constituem as *gramáticas de ação* – que são o olhar, o escutar, o ler – e regula o tempo e espaço do cotidiano e o tempo que conformam os meios. A partir das CR, as *ritualidades* remetem, de um lado, aos diferentes *usos sociais* dos meios, que podem ser a maneira pela qual os indivíduos assistem a um filme ou ao consumo produtivo do computador. Remetem também, de outro lado, às diversas *trajetórias de leitura* que dependem das vivências dos sujeitos receptores, como gosto; qualidade de educação; saberes étnicos, de classe ou gênero; hábitos familiares de convivência com a cultura, etc. Na contemporaneidade urbana e, especificamente, nos estudos de recepção, é utilizada para entender as relações com os meios a partir dos hábitos do olhar e do ler (MARTÍN-BARBERO, 2009).

Articulando os conceitos abordados neste subcapítulo com o que foi visto no capítulo anterior, podemos traçar algumas relações com o objeto de estudo. Levando em consideração que a HBO – a partir de uma posição institucional e, sem dúvidas, mercadológica – buscou trazer novos modelos narrativos para a televisão e, depois disso, foi seguida por outras emissoras, percebe-se aqui sua importância pelo viés da institucionalidade. Esse elemento mediador em questão alimenta as Lógicas de Produção que, por sua vez, se refere a própria produção do seriado *Westworld*. Os Formatos Industriais – ligados com a produção a partir da tecnicidade – são os seriados e, neste caso, se refere a *Westworld*.

Apesar de ter sido realizado um breve apanhado teórico a respeito do mapa das mediações de Martín-Barbero (2009), levando em consideração diferentes aspectos a partir do contexto em que estamos inseridos, é importante ressaltar que para este estudo os elementos mediadores que têm mais relevância para compreender como se dão as dinâmicas do público espectador são a socialidade, a tecnicidade e a ritualidade, pois eles são importantes para entender o funcionamento e as dinâmicas do consumo midiático – conceito que será abordado no próximo subcapítulo – de Westworld.

3.2 Codificação/decodificação e estudos de consumo midiático e recepção

Os conceitos de consumo midiático e recepção são trabalhados e diferenciados pelas pesquisadoras Toaldo e Jacks (2013). Conforme as autoras, o primeiro se refere ao consumo ofertado pela mídia – que pode ser televisão, rádio, jornal, internet, entre outros – e nos produtos que a mídia oferece – como entretenimento nos seus mais diversos formatos, notícias, etc. Deste modo, entender o consumo midiático é investigar o que os indivíduos consomem, como consomem e de que maneira se envolvem com a mídia. No entanto, não cabe aos estudos de consumo midiático analisar as respostas dos receptores aos conteúdos de determinado programa ou as consequências do envolvimento destes sujeitos com o programa ou gênero, posto que isso é investigado pelos estudos de recepção. Esses, portanto se incubem de compreender a relação entre receptores com determinados gêneros e programas, com foco na interpretação e produção de sentido.

Desta maneira, o consumo midiático, na visão defendida pelas autoras, é pautado pela relação com os meios, enquanto os estudos recepção são pautados pela relação com as mensagens – assim, o primeiro proporciona um ângulo mais amplo do fenômeno investigado pelo segundo. Posto isto, estudos dos dois tipos podem ser realizados separadamente, visto que atendem a diferentes questões; ou podem ser realizados de forma a complementar o outro, pois os estudos de recepção podem se valer do consumo midiático para entender as preferências e envolvimento do público em questão, e a partir disso realizar um estudo de recepção. Em diferentes palavras, pesquisas voltadas para o consumo midiático podem dar suporte aos estudos de recepção, pois a investigação das práticas cotidianas podem auxiliar a entender as interpretações dos públicos (TOALDO; JACKS, 2013).

Desta maneira, para compreender essas interpretações e produções de sentido que ocorrem na recepção, Hall (2003) propõe uma abordagem alternativa ao modelo unidimensional (emissor-mensagem-receptor), caracterizado por sua linearidade, foco na troca de mensagens e por não considerar os diferentes momentos no processo de comunicação. Isso

porque o autor acredita que o processo comunicativo pode ser entendido pela articulação de momentos distintos, mas interligados, que são: produção, circulação, distribuição/consumo, reprodução. Assim sendo, o processo é uma estrutura complexa que se dá por meio da articulação de práticas conectadas, sendo que cada uma possui suas particularidades e distintas condições de existência.

De acordo com o modelo do processo comunicacional proposto por Hall (2003), que é circular, significados e mensagens são organizados em qualquer forma de comunicação ou linguagem, e constituem o “objeto” do processo. A produção é realizada por meio de instrumentos materiais e conjuntos próprios de relações sociais, resultando na organização e combinação de práticas dentro dos aparatos de comunicação. A distribuição do produto se dá pelo discurso que, após ser concluído, precisa ser traduzido. Nessa tradução o discurso é transformado novamente em práticas sociais. Aqui, se nenhum sentido é apreendido por parte do receptor, não há consumo. Assim sendo, apesar de todos os momentos serem imprescindíveis para o circuito ocorrer, nenhum momento garante o próximo, posto que cada um possui sua própria condição de existência e rupturas podem ocorrer em algum momento.

O autor também se propõe a explicar esse circuito no âmbito da televisão. O circuito inicia na construção da mensagem, isto é, na produção. Entretanto, para que haja produção, é necessário que se tenha “conhecimento útil sobre rotinas de produção, habilidades técnicas historicamente definidas, [...] suposições sobre a audiência e assim por diante”, pois esses fatores delimitam a constituição do programa através de tal estrutura de produção (HALL, 2003, p. 367). No entanto, apesar desses fatores citados originarem os discursos televisivos, eles não constituem um sistema fechado, posto que as informações como assuntos, agendas, eventos, informações acerca da audiência, dentre outras, são obtidas a partir de formações discursivas dentro da estrutura sociocultural e política mais ampla. Nesse sentido, a audiência é “fonte” e “receptor” da mensagem televisiva ao mesmo tempo, pois “circulação e recepção são, de fato, ‘momentos’ do processo de produção na televisão e são reincorporados via um certo número de *feedbacks* indiretos e estruturados no próprio processo de produção” (HALL, 2003, p. 368). Assim, como se tratam de momentos diferentes, e, portanto, são formadas por relações sociais distintas do processo de comunicação, produção e recepção da mensagem televisiva não são idênticas, mas estão relacionadas.

Para que algum efeito seja causado no público, é preciso que as estruturas de radiodifusão gerem um discurso significativo a partir de mensagens codificadas, que posteriormente deverá ser apropriado como discurso significativo e ser decodificado pelos receptores. Nesse sentido, é a mensagem decodificada – com seus discursos significativos –

que “influencia, entretém, instrui ou persuade, com consequências perceptivas, cognitivas, emocionais, ideológicas ou comportamentais muito complexas” (HALL, 2003, p. 368) que provocam esse efeito nos receptores. De forma resumida, existem dois momentos determinados: o primeiro é na codificação, em que, sob forma de mensagem um código é aplicado; e o segundo é na decodificação, quando a mensagem “desemboca na estrutura das práticas sociais” (HALL, 2003, p. 368).

O teórico também aponta que elementos como efeitos, usos e gratificações são gerados por relações econômicas e sociais, que moldam sua “concretização” no ponto final da recepção e que permitem que os significados do discurso sejam transpostos para a prática ou a consciência. Assim sendo, o contexto em que o receptor está inserido influencia na maneira pela qual os discursos significativos serão decodificados. Ademais, é possível que no processo comunicacional os códigos de codificação e decodificação sejam assimétricos, ocasionando “distorções” ou “mal-entendidos”, que são resultados por conta da falta de equivalência entre emissor e receptor.

Hall (2003) também faz a distinção entre denotação e conotação. A primeira diz respeito ao sentido literal do signo, que provoca reconhecimento ou já é naturalizado por parte na recepção; enquanto a segunda se refere aos significados gerados em associação com esse mesmo signo, aos sentidos mais mutáveis e associativos. No entanto, o autor explica que essa distinção se dá somente no valor analítico, pois na prática os signos combinam seus elementos denotativos e conotativos – sendo muito raro apenas os sentidos literais produzirem significados em um discurso. Ademais, a ideologia está presente tanto no nível conotativo quanto no denotativo, sendo que no primeiro “as ideologias alteram e transformam a significação” (HALL, 2003, p. 373) e no segundo a ideologia está fixada, é tida como natural. Posto isso, os dois termos não são utilizados para analisar se há ou não ideologia, mas são ferramentas para verificar os níveis em que acontecem as ideologias e os discursos se encontram. Com relação a conotação, acrescenta-se ainda:

O nível de conotação do signo visual, de sua referência contextual e de seu posicionamento em diferentes campos discursivos de sentido e associação, é justamente onde os signos já codificados se interseccionam com os códigos semânticos profundos de uma cultura e, assim, assumem dimensões ideológicas adicionais e mais ativas (HALL, 2003, p. 373).

Assim, o que estava sendo pautado no subcapítulo anterior pode ser articulado novamente com os conceitos de codificação e decodificação de Hall (2003). As Lógicas de Produção, isto é, a produção de Westworld, codifica um discurso por meio de estratégias e ferramentas narrativas. Essa história transforma-se – a partir de recursos audiovisuais

tecnológicos (tecnicidade) – em um seriado (Formatos Industriais) e é consumido e interpretado por meio das ritualidades dos espectadores. Mas, esse processo de decodificação só produzirá significado se o espectador e a produção do programa tiverem referências em comum.

Caso existam discrepâncias entre as referências de quem codificou para quem decodificou, podem ocorrer mal-entendidos, conforme coloca Hall (2003). O autor exemplifica que muitos produtores de televisão buscam melhorar a eficácia de sua comunicação no sentido de eliminar falhas e melhorar o entendimento por parte da audiência. Isso ocorre quando “o telespectador não conhece os termos empregados, não consegue acompanhar a complexa lógica argumentativa ou da exposição, [...] ou as exposições narrativas vão além de sua capacidade de compreensão” (HALL, 2003, p. 376). Nesse sentido, existe a preocupação por parte da produção que a audiência não capte o sentido esperado, o que significa que ela está operando fora do código “preferencial”.

Assim sendo, e como já citado anteriormente, no processo comunicacional a codificação limita e redige parâmetros dentro dos quais as decodificações posteriormente irão operar; no entanto, a primeira não pode prescrever a segunda e assegurar quais códigos no momento da decodificação serão aplicados. Mas, caso não houvesse a limitação por parte da codificação, os telespectadores poderiam ler e apreender qualquer sentido. Dessa maneira e para que exista uma troca comunicativa, Hall (2003) coloca que deve existir algum nível de reciprocidade entre os momentos da codificação e decodificação. Essa correspondência, no entanto, não é natural, mas construída e articulada pelos dois momentos. Levando em conta como as articulações entre codificação e decodificação podem ocorrer e como a decodificação de um discurso televisivo pode ser produzida, o teórico jamaicano propõe três posições hipotéticas.

A primeira diz respeito à posição hegemônica-dominante e ocorre quando o telespectador opera dentro do código dominante, isto é, ele apreende os significados do nível da conotação de maneira absoluta, decodificando a mensagem nas condições do código referencial no qual ela foi codificada. O código negociado, que se trata da segunda posição hipotética, se dá quando o telespectador reconhece a legitimidade das definições hegemônicas para produzir as grandes significações (abstratas), ao mesmo tempo em que faz suas regras em um nível mais restrito (localizado). Ademais, no código de oposição o telespectador apreende os sentidos da mensagem, compreendendo tanto os significados do nível conotativo quanto do denotativo, e, no entanto, decodifica de forma globalmente contrária (HALL, 2003). Compreendendo, portanto, como é efetuado o processo comunicacional, o próximo subcapítulo

tratará dos sujeitos que se referem ao momento da decodificação, isto é, das audiências e suas diferentes articulações como público.

3.3 Audiências

A mudança no papel exercido pelas audiências, já abordada no primeiro capítulo a partir do cenário da convergência colocado por Jenkins (2009), é chamada por Orozco (2011) de trânsito das audiências. Nessa reconfiguração de papéis, as audiências, isto é, os consumidores, passam a ser também usuários produtores, exercendo o papel de “prosumers”, posto que a interatividade possibilitada pelas novas tecnologias vai além da mera interação simbólica com elas. Contudo, nem sempre esses usuários produtores irão exercer uma função reflexiva, ocorrendo, portanto, uma transformação de audiências receptoras – e não necessariamente passivas – para audiências produtoras – e não necessariamente criativas ou críticas. Nesse sentido, será realizado um apanhado sobre os diferentes modos de leitura, as relações entre leitor, internauta e espectador, e as interações entre os públicos, de forma a contextualizar e esmiuçar esse cenário que envolve participação dos públicos.

Buscando diferenciar e compreender os processos de leitura de texto, Umberto Eco (1994, p. 15) explica que o leitor-modelo é, por exemplo, o espectador que o diretor de um filme tem em mente, isto é, “uma espécie de tipo ideal que o texto não só prevê como colaborador, mas ainda procura criar”. O teórico italiano também faz um contraponto do seu Leitor-Modelo com o Leitor Implícito de Iser, apontando que para este último o texto prevê um receptor, mas não o define, enquanto para Eco o leitor nasce com o texto e, por assim dizer, é aprisionado pelo próprio texto, pois “os leitores-modelo desfrutam apenas a liberdade que o texto lhes concede”.

Ademais, existem duas maneiras de percorrer um texto narrativo, de acordo com Eco (1994). O leitor-modelo de primeiro nível é aquele que quer saber como a história irá terminar, enquanto o leitor-modelo de segundo nível é quem se questiona “que tipo de leitor a história deseja que ele se torne e que quer descobrir precisamente como o autor-modelo faz para guiar o leitor” (ECO, 1994, p. 33), e o texto se dirige aos dois tipos de leitor-modelo. Assim, para se ter conhecimento do final de uma história é necessário lê-la, em geral, uma vez; no entanto, para entender o que o autor desejava dos leitores é preciso ler o texto diversas vezes.

Mais adiante em sua obra, Eco (1994) discorre melhor acerca dos processos de leitura. No que se refere às leituras ao texto, é possível que os leitores façam interpretações do que não está explícito, no entanto, não é possível interpretar o que o texto não disse. Já os conhecimentos necessários para compreensão da ficção, ou seja, a “competência

enciclopédica” exigida do leitor, são limitados pelo texto, que sugere algumas capacidades e estabelece outras. E, por fim, ao tomar como exemplo obras como a Bíblia, Divina Comédia, Hamlet, Rocky Horror, dentre outras, o autor discorre sobre como elas foram desconjuntadas por meio da leitura, concluindo que “para se tornar sagrado, um bosque tem de ser emaranhado e retorcido como as florestas dos druidas, e não organizado como um jardim francês” (ECO, 1994, p. 134).

Ao discorrer a respeito de audiências de modo geral – sejam de filmes, televisão, música, entre outros – Canclini (2008, p. 17) coloca que foram deixadas de lado tanto a visão apocalíptica, referente a “homogeneização do mundo”, quanto a visão romântica, em que se manteria “uma relação única com a arte a partir de uma subjetividade incondicional”. Ademais, o autor comenta sobre a formação de públicos, que não se dá conforme condicionamentos semelhantes, isto é, pessoas que estão inseridas em um mesmo contexto socioeconômico e educacional não possuem os mesmos comportamentos e gostos individuais. No entanto, Canclini (2008) também aponta que até mesmo os indivíduos que socializam durante o processo de leitura – seja na época da televisão ou da *internet* – não possuem os mesmos comportamentos e gostos, posto que diversos fatores influenciam nesse processo – conforme também as mediações abordadas por Martín-Barbero (2009), tais quais: família, escola, mídia, entre outros.

As diferenças, relações e estereótipos entre os conceitos de leitor, espectador e internauta são apresentadas por Canclini (2008). O primeiro pode ser pensado como leitor de literatura, e para isso cita os autores Iser e Jauss como referência dessa vertente, ou como receptor do sistema editorial, citando Chartier e Eco. Já o conceito de espectador se refere ao público de cinema, televisão ou recitais de música, e, cada um com suas particularidades “mobiliza disposições diversas quando vai assistir um filme, está numa sala de concertos ou liga a televisão” (CANCLINI, 2008, p. 22). O estereótipo de um é o contrário do outro, pois o leitor é pensado como um ator que exerce mais atividade intelectual, enquanto o espectador é visto como passivo – embora estudos vejam o espectador como um ator ativo. O internauta, por sua vez, é pensado como um agente multimídia, que combina materiais a partir do que leu e ouviu, sendo visto como um ator mais ativo, em busca de informações. No entanto e conforme Canclini (2008), essa visão do leitor como um agente ativo e do espectador como submisso é rompida com o surgimento do internauta, que combina leitura e espetáculo.

Canclini (2008) contextualiza como a cultura foi sendo percebida como um processo de interação, citando Bakhtin – que via a relação literária como um diálogo – e Eco – que entendia o texto como um “mecanismo preguiçoso” que necessita da cooperação do leitor.

Ainda, reforça as ideias de Eco (1981 apud Canclini, 2008), que diferenciava o prazer *do quê* e o prazer *do como*, leitores e espectadores (quem lia e quem via o relato como um espetáculo), e sintetiza algumas das ideias do teórico italiano:

Todo texto prevê seu leitor e não pode abrir mão dele: procura-o “gastronomicamente” para que tenha prazer, suspire ou chore, identificando-se com o que lhe contam ou “com fins estéticos”, não esperando que tenha tanto prazer com a história contada como com o modo pelo qual é contada” (CANCLINI, 2008, p. 51).

A desterritorialidade e a interatividade como consequências da *internet* é outro ponto abordado na obra de Canclini (2008). Assim, há a inclinação para que os gostos dos leitores se agrupem e o os dos espectadores – de música e cinema, principalmente –, que costumam ir em direção de um espectro mais globalizado, consomem mais conteúdos provenientes da língua inglesa. Nesse sentido, ao passo que ocorreram as mudanças tecnológicas, surgiram novas formas de socialização. A “tecnosocialidade” prova que os recursos de comunicação sem fio são “contextos, condições ambientais que tornam possíveis novas maneiras de ser, novas cadeias de valores e novas sensibilidades sobre o tempo, o espaço e os acontecimentos culturais” (CASTELLS et al, 2007, p. 226 apud CANCLINI, 2008, p. 53).

Buscando compreender e examinar os processos de recepção interativa e participativa nos países ibero-americanos, Lopes et al (2009) propõem uma tipologia que nivela a interatividade do público levando em consideração os graus de engajamento por parte dos mesmos, conforme segue:

1) interatividade passiva: quando o usuário consome o conteúdo sem apresentar um feedback. Ele clica nos links, navega pelas páginas de forma silenciosa, sem fazer notar sua presença; 2) interatividade ativa: o usuário dá uma resposta a um estímulo, dado apenas dentro das próprias condições oferecidas pelo emissor. Exemplo: participação em enquetes; 3) interatividade criativa: o receptor, no caso, o usuário/internauta, passa a emitir conteúdo, criando algo novo a partir daquilo que lhe foi dado. Estimulado pelo produtor de conteúdo a emitir uma resposta, o internauta produz, transpondo a condição de receptor e alcançando a de emissor.

Outra abordagem metodológica também é apresentada por Lopes e Castilho (2018) com intuito de categorizar a participação dos telespectadores. Em forma de pirâmide, as audiências engajadas são divididas, respectivamente, em espectadores, compartilhadores, comentadores, produtores e, por fim, curadores. Importante salientar que essa metodologia é utilizada como referência nos estudos de fãs e audiências do Obitel.² Nos dois primeiros níveis da pirâmide ocorre um baixo grau de participação por parte dos fãs, que apenas assistem ou divulgam os programas. Já os comentadores, que ficam no meio da pirâmide, participam a partir de

² Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva.

comentários e avaliações. Logo após temos os produtores, que publicam conteúdo e possuem sites e blogs. Por fim, no topo da pirâmide estão os curadores, que são influentes nas mídias sociais e realizam edições e moderações.

Pensando nos diferentes níveis e tipos de interatividade e participação das audiências, entende-se que eles dizem respeito, portanto, ao elemento mediador socialidade proposto por Martín-Barbero (2009). No entanto, no cenário atual a tecnicidade também medeia as relações entre as audiências – a partir principalmente da *internet* e por meio de aparelhos como celulares, computadores, dentre outros –, daí a importância do conceito de tecnossocialidade exposta por Castells (2007 apud Canclini, 2008). A partir de agora, inicia-se a parte empírica da pesquisa. Nesse sentido, o próximo capítulo se dedica a expor os procedimentos metodológicos e os resultados alcançados, articulando com as reflexões teóricas expostas nos capítulos dois e três.

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS E ANÁLISE

Este capítulo tem como foco explicar a metodologia e a análise dos resultados, levando em consideração o objeto de estudo e as técnicas aplicadas. Desta maneira, o primeiro subcapítulo se incube de explicar o modelo metodológico escolhido para guiar a pesquisa, proposto por Lopes. O segundo subcapítulo traz qual abordagem, instrumento e técnicas foram escolhidas por se adequarem melhor no estudo em questão. O terceiro subcapítulo parte para a explicação breve do seriado *Westworld* e apresenta uma das técnicas utilizadas. Os itens 4.4, 4.4.1 e 4.4.2 trazem os resultados obtidos a partir do instrumento de coleta de dados e com base nos objetivos específicos propostos. E, finalmente, no 4.4.3 encontra-se a análise dos dados, respondendo aos objetivos geral e específicos e ao problema de pesquisa.

4.1 Modelo metodológico

Para a realização deste trabalho, optou-se por utilizar o modelo metodológico para a pesquisa empírica de Comunicação de Lopes (2004). Isso porque o modelo permite que a pesquisa não seja redutível a uma sequência de operações, isto é, ele não obriga o pesquisador a seguir normas rígidas e imutáveis. Ele também tem como postulado uma autonomia relativa da metodologia, o que a autora (2004, p. 21) explica e descreve como “um domínio específico de saber e de fazer e o decorrente trabalho metodológico reflexivo e criativo”. O modelo segue dois princípios básicos, o primeiro sendo que o método e as investigações em que esse método é empregado devem ser pensados de forma conjunta e não separados, posto que “o saber de uma disciplina não é destacável de sua implementação na investigação” (LOPES, 2004, p. 20). E o segundo se refere a reflexão metodológica, necessária pois é a partir dela que o pesquisador cria uma atitude consciente e crítica e leva esse aprendizado para as operações da pesquisa.

Lopes (2004) entende a ciência como linguagem, utilizando como base a linguística de Jakobson. Assim, a ciência é composta por dois mecanismos básicos, sendo um o eixo paradigmático (da língua/discurso) e que opera no nível vertical; e o outro o eixo sintagmático (da fala/prática), operando na horizontal. Ademais, as decisões e opções da ciência se encontram no eixo do paradigma e são feitas a partir de um conjunto de possibilidades teóricas, metodológicas e técnicas que estão disponíveis em determinado momento do desenvolvimento da pesquisa e em determinado ambiente social. Desta maneira, “o campo da pesquisa é, ao mesmo tempo, estrutura enquanto se organiza como discurso científico e é processo enquanto se realiza como prática científica” (LOPES, 2004, p. 20).

O modelo divide a pesquisa em níveis e fases metodológicas e opera em rede, conforme Lopes (2004). Constituem o eixo do paradigma quatro níveis, tais quais: epistemológico,

teórico, metódico e técnico. As quatro fases que fazem parte do eixo sintagmático são: definição do objeto, observação, descrição e interpretação. Cada nível atravessa cada uma das fases e opera em função delas.

Além disso, os níveis mantêm relações entre si e as fases também se remetem mutuamente, em movimentos verticais, de subida e descida (introdução/dedução, graus de abstração/concreção) e de movimentos horizontais, de vai-e-vem, de progressão e de volta (construir o objeto, observá-lo, analisá-lo, retomando-o de diferentes maneiras) (LOPES, 2004, p. 22).

Figura 2. Modelo metodológico de pesquisa

Gráfico 2



Fonte: Lopes (2004).

O objetivo do modelo, de acordo com a sua idealizadora (2004), é ser crítico e operativo simultaneamente, e ele incide não na superfície do discurso, mas sim na estrutura onde ocorrem operações de construção do discurso científico. Lopes (2004, p. 24) conclui esse pensamento da seguinte maneira:

esse discurso é feito de opções e decisões que implicam a responsabilidade intransferível do autor pela montagem de uma estratégia metodológica de sua pesquisa, o que impõe que as opções sejam tomadas com consciência e explicitadas enquanto tal: uma opção específica para uma particular pesquisa em ato.

Deste modo, acrescenta-se que todos os níveis e fases da pesquisa científica devem estar relacionados e levar em conta o fenômeno que está sendo investigado. Não caberia neste

estudo – em que buscamos verificar e compreender as relações, articulações e interações do público de um seriado – optar por autores (nível teórico) que estão inclinados a uma vertente cuja visão das massas e da chamada Indústria Cultural seja completamente apocalíptica; e por uma metodologia com viés apenas quantitativo (nível metódico), levando a instrumentos de pesquisa (nível técnico) positivistas, com base apenas em números, por exemplo. Entende-se o processo de consumo e interação do público do seriado em questão – e de muitos outros – como algo complexo e importante para o próprio programa e, portanto, buscou-se entendê-lo e investigá-lo. Desta maneira, optou-se por uma abordagem quantitativa – para entender o perfil e alguns processos de consumo – e qualitativa – para compreender alguns processos de consumo, e as motivações e interpretações desse público. Além disso, os autores trazidos para a pesquisa têm como base os Estudos Culturais – compreendendo os níveis teórico e epistemológico –, que entendem como relevantes as articulações dos públicos.

4.2 Abordagem escolhida

O estudo de caso é caracterizado como “uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo em profundidade e em seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente evidentes.” (YIN, 2010, p. 39). Além disso, o teórico aponta que estudos desse caráter devem ser empregados quando estão sendo investigados fenômenos contemporâneos da vida real. Para Duarte (2005), a uniformidade de um caso se deve ao modo pelo qual ele toma forma, podendo ser “nomeado como um fato social ou histórico que combina toda a sorte de elementos dentro de um conjunto de papéis sociais, uma instituição, um movimento social, ou a lógica de ação da comunidade” (DUARTE, 2005 p. 218). Como o objeto de estudo desta pesquisa é um seriado muito particular e que demanda articulações espectatoriais muito específicas, o método do estudo de caso se faz necessário. Normalmente a metodologia em questão utiliza uma abordagem qualitativa, no entanto, serão apresentadas essa abordagem e a quantitativa, no sentido de diferenciá-las e pensar nos benefícios e limitações de cada uma.

Caracterizado pela quantificação na coleta e tratamento de informações, o método quantitativo, conforme explica Richardson (2010), busca garantir a precisão dos resultados, evitar possíveis distorções de análise e interpretação por parte do pesquisador, viabilizando uma margem de segurança com relação aos resultados da investigação. O método em questão é comumente utilizado em estudos descritivos, que, a partir dos dados analisados, procuram investigar as características de um fenômeno, ordená-lo e classificá-lo; e possibilitam abordar aspectos amplos de um grupo de indivíduos. O autor (2010, p. 71) cita “descrição da população

economicamente ativa, [...]; levantamento da opinião e atitudes da população sobre determinada situação; [...] identificação do comportamento de grupos minoritários“ para exemplificar os estudos dessa natureza.

Na abordagem qualitativa não é utilizado um instrumento estatístico para analisar um problema, como aponta Richardson (2010). Pode-se justificar a escolha do método qualitativo posto que a partir dele entende-se, ou procura-se entender, a natureza de um fenômeno social. Desta maneira, o autor aponta que as investigações que utilizam a abordagem qualitativa têm como objeto situações complexas ou particulares e podem descrever a complexidade de um problema, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais, entender as particularidades do comportamento dos indivíduos, dentre outros. De acordo com o autor, o emprego de critérios e categorias como parâmetros, ou o processo de identificar com que intensidade opiniões e atitudes se manifestam, são maneiras comuns de tentar quantificar dados qualitativos. No entanto, Richardson (2010) atenta que muitas vezes a quantificação limita o modo de coletar dados e dependendo da complexidade dos dados, a medida pode ser relativa e a tarefa de apresentá-los com exatidão é quase impossível.

Richardson (2010), portanto, infere que existem domínios quantificáveis e outros qualificáveis e a escolha do método mais adequado deve levar em conta o fenômeno analisado e de quais materiais os métodos conseguem coletar. Ademais, a complementaridade dos métodos é apresentada na obra de Richardson (2010). Dentre as instâncias de integração dos métodos apresentadas, destacamos: as técnicas qualitativas permitem verificar os resultados dos questionários e ampliar as relações descobertas; o questionário pode auxiliar a identificar características objetivas de uma comunidade, como as características geopolíticas; e as técnicas estatísticas contribuem para verificar informações e reinterpretar observações qualitativas.

Lopes (2004) também discorre acerca da dicotomia entre método qualitativo e quantitativo. A autora vai contra a ideia de que as pesquisas descritivas referem-se ao quantitativo e as pesquisas interpretativas ao qualitativo, posto que operações quantitativas apoiam-se em dados originalmente qualitativos. Ainda, é possível que os dois métodos sejam utilizados em uma mesma pesquisa, por exemplo na quantificação de respostas obtidas a partir de perguntas abertas, ou partindo de uma amostra quantitativa para chegar em uma qualitativa, etc. Conclui, portanto, que o uso do número não é exclusivo dos estudos quantitativos e recursos numéricos podem estar presentes nas análises qualitativas. Por fim, acrescenta que muitos estudiosos reconhece a complementaridade dos métodos, apontando como erro a escolha de um ou de outro.

Com o objetivo de extrair os benefícios de ambas as abordagens, optou-se por utilizar a complementaridade dos métodos. Além disso, essa abordagem ocorre por meio do estudo do caso do seriado *Westworld* e seus telespectadores. Desta maneira, o presente estudo foi efetivado a partir das seguintes técnicas: pesquisa documental, questionário e análise de conteúdo – instrumento e técnicas de pesquisa que serão conceituados de forma breve e, posteriormente, explicadas suas aplicações.

A pesquisa documental tem caráter exploratório e muitas vezes é a primeira etapa de uma investigação, como foi o caso deste trabalho. A diferença entre a pesquisa documental e a bibliográfica é que a primeira utiliza materiais que ainda não tiveram um tratamento analítico ou materiais que já foram interpretados, mas podem ser reelaborados conforme os objetivos da pesquisa; enquanto a bibliográfica leva em consideração as contribuições de autores. Os documentos a serem investigados não se tratam apenas de escritos, mas qualquer objeto que contribua para a investigação em questão. Nesse sentido, podem ser documentos de primeira mão, isto é, que não receberam tratamento analítico: contratos, notícias e reportagens, filmes, fotografias, etc. Os documentos de segunda mão, que já foram analisados, podem ser: relatórios de pesquisa, dados estatísticos, etc (GIL, 2008).

Utilizou-se a pesquisa documental, portanto, para encontrar notícias e críticas sobre o seriado por veículos de comunicação com foco em entretenimento. A técnica também foi utilizada para encontrar e sistematizar postagens em fóruns e por criadores de conteúdo com relação ao seriado, como um auxílio para entender os hábitos de consumo e interação dos telespectadores de *Westworld*. As informações extraídas desta pesquisa ajudaram a embasar o questionário e servem também como base para se ter um panorama do seriado e dos hábitos de consumo e interação do público.

O questionário é um instrumento de coleta de dados e possui ao menos duas funções: “descrever as características e medir determinadas variáveis de um grupo social” (RICHARDSON, 2010, p. 189). Richardson (2010) salienta que o tamanho e o conteúdo do questionário vão depender do problema de pesquisa. Ademais, o instrumento em questão pode ser dividido em três categorias, dependendo das perguntas utilizadas. Nos questionários de perguntas fechadas, são apresentadas categorias ou alternativas de respostas fixas e preestabelecidas. Nos questionários de perguntas abertas, as respostas são dadas com frases ou orações, impossibilitando que o pesquisador antecipe as respostas dos entrevistados, posto que não traz alternativas. Por fim, existem os questionários que combinam perguntas abertas e fechadas – sendo que as fechadas são utilizadas para verificar as informações

sociodemográficas do entrevistado, e as abertas são utilizadas para aprofundar as opiniões do entrevistado (RICHARDSON, 2010).

Optou-se por empregar um questionário com questões abertas e fechadas, sendo que a partir das fechadas chegou-se a informações referentes ao perfil socioeconômico e hábitos de consumo mais gerais dos entrevistados, e a partir das abertas buscou-se entender as motivações de consumo deles, com alguns indícios para um estudo de recepção. Conforme apêndice D, o instrumento foi dividido em 4 blocos, tais quais: Perfil socioeconômico; Hábitos de consumo I; Hábitos de consumo II; e Percepção sobre o seriado. Para entender o perfil dos entrevistados, foram utilizadas 3 perguntas fechadas e 1 aberta. Com relação aos hábitos de consumo e percepção do seriado, lançou-se mão de 7 perguntas fechadas, 6 semi-fechadas e 2 questões abertas (sendo que uma nem todos respondiam), totalizando 15 questões. Todas as perguntas de todos os blocos eram obrigatórias. Além disso, foi disponibilizado um espaço para comentário gerais dos respondentes, sem obrigatoriedade de resposta.

A análise das respostas das questões abertas se deu pela técnica de análise de conteúdo, definida por Bardin (2011, p. 48) como

um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens.

Conforme Richardson (2010), essa técnica é importante para analisar materiais qualitativos e para ser empregada deve-se fazer, inicialmente, uma primeira leitura para organizar as ideias incluídas no material, para que depois se analise os elementos e as regras que determinam essas ideias. Bardin (2011) organiza a análise em três fases: a pré-análise, a exploração do material e tratamento dos resultados, inferência e interpretação. É na primeira que se formulam as hipóteses, define-se quais indicadores serão utilizados para a interpretação das informações e se realiza a escolha do material a ser analisado. Na exploração do material, em que se efetiva a análise propriamente dita, leva-se em consideração as categorias e indicadores previamente escolhidos. Aqui se dão as operações de codificação dos dados obtidos. Por fim, na terceira fase, ocorre a interpretação dos dados obtidos na fase anterior e o pesquisador pode propor inferências levando em consideração os objetivos propostos.

Se optado por uma abordagem categorial, a codificação – que está na fase de exploração do material e tratamento dos resultados – se efetiva a partir de três escolhas: das unidades – segmentos de conteúdos a levar em conta como unidade base para categorizar; das regras de contagem – o modo de contagem, isto é, o que levar em consideração para contar como uma

categoria e não outra, por exemplo; e das categorias – “classes as quais reúnem um grupo de elementos (unidades de registro, no caso da análise de conteúdo) sob um título genérico, agrupamento esse efetuado em razão dos caracteres comuns destes elementos” (BARDIN, 2011, p. 117). A autora ainda acrescenta que os critérios das categorias podem se dar via semântica (temas em comum); sintático (verbos e adjetivos em comum); léxico (classificação das palavras de acordo com o seu sentido); expressivo (classificação pelas diversas perturbações da linguagem).

Após esse resgate teórico que serviu para embasar e dar suporte a fase empírica da pesquisa, inicia-se a apresentação do objeto de estudo e da análise documental e, posteriormente, dos dados provenientes do questionário e as análises realizadas a partir da interpretação desses dados.

4.3 Westworld (contém *spoilers*)

Westworld é um seriado estadunidense, da emissora HBO, e teve sua estréia no dia 2 de outubro de 2016. O programa, que é baseado em um filme de mesmo nome do ano de 1973,³ conta com a produção de J.J. Abrams, Jonathan Nolan, Lisa Joy, dentre outros, sendo que os dois últimos são também os *showrunners*⁴ do seriado. Atualmente possui duas temporadas – com 10 episódios cada –, sendo que a terceira está com previsão de estreia para 2020. Conforme a sinopse⁵ da primeira temporada do seriado:

Westworld é um parque temático futurístico para adultos, dedicado à diversão dos ricos. Um espaço que reproduz o Velho Oeste, povoado por andróides – os anfitriões –, programados pelo diretor executivo do parque, o Dr. Robert Ford (Anthony Hopkins), para acreditarem que são humanos e vivem no mundo real. Lá, os clientes – ou novatos – podem fazer o que quiserem, sem obedecer a regras ou leis. No entanto, quando uma atualização no sistema das máquinas dá errado, os seus comportamentos começam a sugerir uma nova ameaça, à medida que a consciência artificial dá origem à "evolução do pecado". Entre os residentes do parque, está Dolores Abernathy (Evan Rachel Wood), programada para ser a típica garota da fazenda, que está prestes a descobrir que toda a sua existência não passa de bem arquitetada mentira.

O seriado tem como emissora a HBO, e, no Brasil, pode ser assistido via canal de televisão pago ou por serviço de vídeo sob demanda. O serviço sob demanda da HBO pode ser adquirido sem custo adicional para quem já possui assinatura de pacotes que incluem a

³ Fonte: <http://www.adorocinema.com/noticias/series/noticia-124659/>. Acesso em 30 de maio de 2019.

⁴ Termo utilizado nos Estados Unidos e que se refere ao responsável por uma série de televisão, possuindo maior poder de decisão e controle criativo do que o diretor. Pode combinar funções como produtor-executivo, roteirista e criador (MARTÍN, 2014).

⁵ Fonte: <http://www.adorocinema.com/series/serie-16930/>. Acesso em 30 de maio de 2019.

emissora ou a HBO GO⁶ ou pode ser adquirida sem pacotes de assinatura, pelo serviço de *streaming*⁷ da própria emissora. Esse é o serviço de vídeo sob demanda mais caro do Brasil⁸, contudo, ainda é a maneira mais barata de ter acesso aos conteúdos da emissora, posto que o canal está presente nos pacotes de televisão por assinaturas mais caros⁹.

Dado esse breve contexto, pode-se passar para a pesquisa documental, que se deu em duas fases. A primeira foi a respeito de espaços e canais que compreendem as mediações de (tecno)socialidade e/ou ritualidade dos telespectadores. Nesse sentido, ocorreu por meio da pesquisa de postagens no Reddit e de vídeos disponibilizados por canais no Youtube, que serão melhor abordados posteriormente. A segunda fase se efetivou a partir da pesquisa do que foi sendo discutido no Brasil a respeito do seriado pelos veículos de comunicação com foco no entretenimento, que foram Omelete, Minha Série e Notícias da TV.

Essa segunda parte da pesquisa documental foi utilizada como um recurso auxiliar para explicar o enredo e as particularidades de *Westworld*. Para isso, dispõe-se de três eixos principais – que foram pensadas a partir da análise de conteúdo realizada com as respostas das questões abertas do questionário. São esses: temas abordados pela série, narrativa (referindo-se aqui ao modo pelo qual a história é contada); e qualidade técnica. Importante ressaltar que este material proveniente dos veículos de comunicação surge como um auxílio para explicar e ilustrar o seriado, bem como entendê-lo como um fenômeno. No entanto, o foco deste estudo não é a crítica realizada pelos veículos que aqui serão apresentados, mas sim elucidar alguns argumentos trazidos acerca das características do programa. Ademais, a escolha do material foi com base nos conhecimentos da pesquisadora acerca do tema, levando em consideração o que seria mais importante trazer para se ter um entendimento do seriado – que não apenas é apresentado de maneira complexa e confusa, como também traz temas complexos para reflexão dos telespectadores – e como ele foi sendo visto e teorizado ao longo do tempo pelo público.

Conforme a crítica do *site* de entretenimento Omelete¹⁰ sobre a primeira temporada, no que se refere aos temas e a narrativa, *Westworld* “mistura ficção científica e filosofia em uma

⁶ Plataforma de vídeo sob demanda da própria HBO, que pode ser acessada via *site* ou aplicativo.

⁷ Forma de transmissão instantânea de dados de áudio e vídeo por meio da *internet*. Por meio do serviço é possível assistir a filmes ou escutar música sem a necessidade de fazer *download*.

Fonte: <https://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2013/05/conheca-o-streaming-tecnologia-que-se-popularizou-na-web.html>. Acesso em 3 de junho de 2019.

⁸ Fonte: <https://meiobit.com/376389/hbo-go-livre-para-todos-sem-pacote-tv-assinatura-mensalidade-bem-cara-uso-obrigatorio-dispositivos-moveis/>. Acesso em 3 de junho de 2019.

⁹ Fonte: <https://telepadi.folha.uol.com.br/hbo-go-finalmente-vira-netflix-no-brasil-e-pode-ser-adquirida-sem-tv-paga/>. Acesso em 3 de junho de 2019.

¹⁰ Disponível em: <https://www.omelete.com.br/series-tv/criticas/westworld-critica-2>. Acesso em 3 de junho de 2019.

narrativa tão inteligente quanto as máquinas que povoam seu parque”. Além disso, o veículo usa termos como “bem estruturada”, “reviravoltas” e “quebra-cabeça” para se referir a narrativa, mencionando também que teorias foram sendo criadas ao longo dos episódios. Ainda com relação aos temas apresentados, o veículo comenta que o seriado trata de questões filosóficas a partir da ficção científica (“*Somos selvagens por natureza? O que nos torna humanos? O que nos torna civilizados? Qual o limite do progresso?*”), sendo relevante não apenas pelos mistérios e reviravoltas, mas pela profundidade com que trabalha esses temas.

Com relação a qualidade técnica, o veículo menciona roteiro, estética, trilha sonora, argumentando que todos esses fatores estão relacionados com a temática de Westworld. Mencionam, portanto, que na trilha sonora a mistura entre violino, piano e sintetizadores refere-se a “combinação de orgânico e sintético da série”. Com relação ao cenário que se passa a administração do parque, afirmam que “preto, vidro e concreto dominam os corredores, contrapondo a engenharia fria que dá “vida” à natureza do Velho Oeste”. Percebe-se, portanto, a importância dada a qualidade técnica por parte da produção e que é reconhecida pelo veículo – e mais tarde será abordada também pela visão dos telespectadores que participaram do questionário. Ainda com relação a qualidade técnica, o Omelete destaca as atuações:

Anthony Hopkins, cuja experiência dá credibilidade para a relação entre criador e criatura que é essencial à série, encontrou no Dr. Robert Ford um dos melhores papéis nessa fase da sua carreira. Jeffrey Wright, o Bernard Lowe, impressiona pela capacidade de transformar a natureza do seu personagem, mantendo a confiança do espectador. A escalação dos andróides foi outro acerto, com Thandie Newton (Maeve Millay), Evan Rachel Wood (Dolores Abernathy) e o brasileiro Rodrigo Santoro (Hector Escaton) como destaques. Cada ator consegue mostrar em cena a luta interna entre a programação e autonomia, entre artificial e vida. Ed Harris (O homem de preto), Ben Barnes (Logan) e Jimmi Simpson (William) são outros que garantem a coesão de todos os planos da série.

Destaque também para a estética operacional de Mittell (2012) e o prazer do *como* – isto é, o espectador se maravilhando com o modo pelo qual a história é contada – pensado por Eco (1981 apud Canclini, 2008). Isso porque o veículo parece se maravilhar não apenas com o fato de ter sido enganado, mas também com a forma pela qual isso se deu, conforme segue:

Rever a série depois do final da primeira temporada é como ver o passo a passo do truque. Detalhes e falas que passaram despercebidos ganham importância e mostram a habilidade dos roteiristas. O trabalho dos atores também garante essa jogada, com nuances que escondem, ao mesmo tempo que deixam claras todas as camadas da trama.

O *site* Minha Série¹¹ recapitula os eventos da primeira temporada antes da estréia da segunda. Nesse sentido, traz alguns pontos que não devem ser esquecidos pelos telespectadores

¹¹ Disponível em: <https://www.minhaserie.com.br/novidades/39693-westworld-detalhes-e-easter-eggs-da-1-temporada-e-o-que-esperar-da-2>. Acesso em 3 de junho de 2019.

e explica alguns fatos. No que tange a narrativa e como isso pode influenciar no entendimento do programa, o *site* coloca que *Westworld* precisa ser visto novamente para “relembrar os acontecimentos – e, quem sabe, enxergar alguns detalhes que tenham passado despercebidos”. Interessante apontar aqui que a expressão “detalhes que passaram despercebidos” também é trazida no parágrafo anterior pelo veículo Omelete, além de ter aparecido em diversas respostas das questões abertas do questionário que será trazido mais adiante. Desta maneira, é perceptível como o seriado exhibe pequenas pistas ao longo dos episódios, com diferentes – embora não claras – linhas do tempo sendo apresentadas e sendo apenas no final da temporada que as peças se encaixam.

Ainda sobre a narrativa e as diferentes linhas temporais que se apresentam, mas não de forma clara e perceptível, o *Minha Série* destaca que alguns indicativos foram sendo apresentados durante a primeira temporada, como é o caso da logomarca do parque temático. Quando dois personagens chegam no parque de trem, aparece uma logo; no entanto, em outras cenas é exibida uma logo com “linhas e preenchimentos diferentes”.

O *Notícias da TV*¹², após o último episódio da segunda temporada ter sido lançado, traz um panorama da série e depois realiza uma crítica a respeito da confusão do programa. Com relação a premissa do seriado e a forma pelo qual ele é apresentado (envolvendo temas e narrativa, portanto), o veículo coloca:

Desde o início, *Westworld* deixou os telespectadores coçando a cabeça ao apresentar um parque futurista, uma réplica de uma cidade do Velho Oeste norte-americano, no qual humanos brincavam de bandido, mocinho ou simplesmente curtiam um passeio nas ruas empoeiradas ao lado dos robôs, chamados de anfitriões. Logo a confusão foi estabelecida. Surgiam dúvidas sobre qual personagem era robô e qual era humano, tal a perfeição das máquinas. E para complicar ainda mais, diversas linhas do tempo eram apresentadas em um único episódio sem nenhuma marca distintiva clara (um filtro de cor, por exemplo), já que as mudanças no figurino são muito sutis. O telespectador não podia piscar o olho. Corria o risco de ficar sem saber se o que via era presente, passado ou futuro.

Para ilustrar ainda mais como *Westworld* é um programa complexo, trazem a entrevista de Ed Harris, ator que interpreta o personagem William e Homem de Preto, em que informa não entender o que estava acontecendo no seriado durante a segunda temporada. Após, o veículo acrescenta que o personagem em questão “foi o mais difícil de se acompanhar” e o “telespectador comum”, que não vai atrás de explicações sobre o seriado, provavelmente tenha dificuldade para entender quem é esse personagem – “um humano, uma máquina ou um ser mais evoluído que os robôs anfitriões”.

¹² Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/series/westworld-deixa-ate-os-atores-confusos-vale-pena-assistir-uma-serie-tao-complexa--21112?cpid=txt>. Acesso em 3 de junho de 2019.

O Notícias da TV utiliza também a fala de Jonathan Nolan com relação a segunda temporada para justificar a complexidade da trama e o que a produção espera do público: “fazemos a série voltada a quem tem a capacidade de seguir uma história complicada e não-linear”. Nesse sentido, o *showrunner* recusa a visão apontada por Hall (2003) de que muitos produtores de programas procuram melhorar a eficácia de comunicação de forma que a audiência entenda o programa, evitando mal-entendidos e fazendo com que os telespectadores captem o sentido esperado. O que a produção de *Westworld* procura, portanto, não é atingir uma audiência dispersa, ou um público chamado de zarpeador por Jenkins (2009), mas sim um grupo fiel e dedicado, conforme os autores do segundo capítulo caracterizam os telespectadores de canais de televisão pagos. E até mesmo esse público pode acabar ficando confuso, dada a complexidade com que se apresentam os fatos.

Nessa linha de pensamento da complexidade de *Westworld* e trazendo os esforços do público para compreender o programa, o Notícias da TV conclui:

Westworld é uma série transmídia em sua essência. Ela não ganha vida somente uma vez por semana, aos domingos à noite. Tem seu alcance ampliado em sites diversos, sejam oficiais ou criado por fãs. E isso é fundamental para entendê-la. [...] Dessa maneira, o telespectador tem de ler análises e resumos de publicações especializadas para compreender o que acabou de assistir. Não é uma busca por informações complementares, como acontece com outras séries cabeçadas. São informações essenciais para se entender o básico.

Como o seriado exige dos telespectadores esforço e dedicação para compreender o programa, não é de se surpreender que a audiência de *Westworld* se tornou cada vez mais ativa na *internet* organizando as linhas temporais do seriado, debatendo teorias e ajudando outros telespectadores. A nível global, o Reddit¹³ – plataforma criada em 2005 que atua com base em fóruns e permite a criação de *subreddits* que funcionam como tópicos de discussões específicos¹⁴ – ganha destaque nesse aspecto. O *subreddit* de *Westworld*¹⁵ conta com mais de 665 mil membros, enquanto o *subreddit* Brasil¹⁶ – descrita no fórum como “a casa dos brasileiros no Reddit” – tem em torno de 244 mil membros, sendo o *subreddit* brasileiro com mais membros. Ademais, este último trata de diversos assuntos, mas com membros apenas do Brasil. O *subreddit* de *Westworld*, contudo, trava discussões apenas acerca do seriado e na língua inglesa, mas com membros de diversas nacionalidades.

¹³ Disponível em: www.reddit.com. Acesso em 5 de junho de 2019.

¹⁴ Fonte: <https://canaltech.com.br/redes-sociais/reddit-aprenda-a-utilizar-uma-das-midias-sociais-mais-populares-do-mundo/>. Acesso em 5 de junho de 2019.

¹⁵ Disponível em: www.reddit.com/r/westworld/. Acesso em 5 de junho de 2019.

¹⁶ Disponível em: www.reddit.com/r/brasil/. Acesso em 5 de junho de 2019.

A relevância dessa plataforma para o seriado é tanta que os usuários do *subreddit* do programa adivinharam uma das reviravoltas da segunda temporada, antes mesmo da temporada ir ao ar, fazendo com que um dos episódios tivesse que ser reescrito, conforme Nolan admitiu em entrevista. Como coloca Hall (2003), o discurso televisivo, portanto, não é um sistema fechado e a audiência desempenha o papel de fonte e receptor, pois apesar dessa descoberta não ter sido um “*feedback* indireto”, o produtor sabia que a audiência não receberia bem a história se já tivesse sido teorizada e adivinhada antes mesmo de qualquer episódio da segunda temporada ter ido ao ar. Ainda, durante o período em que a primeira temporada estava sendo exibida, os usuários do fórum já haviam teorizado e acertado a respeito dos personagens Homem de Preto e William serem a mesma pessoa, sendo este último a versão mais jovem do primeiro. Com relação a essas descobertas no Reddit, o *showrunner* Jonathan Nolan agradeceu pela rela repercussão de *Westworld* na *internet* e afirmou ser gratificante ver o engajamento, no entanto pediu para que não houvessem tantas especulações sobre o seriado¹⁷.

Ainda com relação ao Reddit, antes do início da segunda temporada, Lisa Joy e Jonathan Nolan entraram na plataforma e prometeram divulgar informações a respeito das tramas e reviravoltas da segunda temporada para quem tivesse interesse em acompanhar e diferenciar teorias de *spoiler*¹⁸, caso a publicação deles atingisse mil curtidas. Apesar da publicação ter ultrapassado esse número de curtidas, muitos fãs se colocaram contra essa decisão, pois acreditavam que a experiência de teorizar e especular faz parte da experiência de ser fã de uma série. Assim, mais uma vez podemos relacionar esse fato com a estética operacional (MITTELL, 2012), pois a audiência do seriado quer se maravilhar com os modos de funcionamento da “máquina”, a partir da criação de teorias e especulações do que está acontecendo a cada semana que algum episódio vai ao ar. Contudo, a promessa era uma brincadeira – o vídeo postado pelos *showrunners* apresentava uma das atrizes de *Westworld* (Rachel Wood, que interpreta a personagem Dolores) cantando uma música e, posteriormente, apresentava a seguinte mensagem: “Querido Reddit, de todos nós aqui de *Westworld*, obrigada por assistir. Esperamos que vocês gostem da segunda temporada”¹⁹.

Sabendo da importância do Reddit para o seriado, acreditou-se ser interessante realizar uma pesquisa documental no *subreddit* Brasil (lembrando que o foco deste estudo são os

¹⁷ Fonte: <https://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/fas-descobrem-enredo-de-westworld-roteiristas-reescrivem-episodio-21119084>. Acesso em 5 de junho de 2019.

¹⁸ Disseminação de informações acerca dos próximos acontecimentos de um seriado, por exemplo (JENKINS, 2009).

¹⁹ Fonte: <https://www.aficionados.com.br/westworld-criadores-spoilers-2-temporada/>. Acesso em 5 de junho de 2019.

telespectadores brasileiros) a respeito de Westworld. Para isso, utilizou-se o recurso de pesquisa do fórum para procurar a palavra “Westworld” e foram encontradas, conforme quadro do apêndice A, 12 postagens ao todo, sendo as postagens mais antigas de dois anos atrás e a mais recente de 10 meses atrás. Dessas postagens, apenas 7 de fato se propunham a debater sobre o seriado ou levavam o nome do seriado no título – nas outras, com temas gerais, encontram-se pessoas citando o seriado ou recomendando. Ainda, com relação a essas 7 postagens, em 3 delas encontrou-se alguma menção – seja por quem criou a postagem ou por quem comentou – ao *subreddit* Westworld. Nesse sentido, entende-se que, apesar da importância da plataforma para o seriado, no cenário brasileiro ela não possui tanta força, não sendo tão utilizada pelos fãs para debater a respeito do programa com outros telespectadores brasileiros.

O Youtube²⁰ – plataforma de compartilhamento de vídeos – tem muito destaque no contexto brasileiro, até porque o Brasil é o segundo país do mundo que passa mais tempo visualizando vídeos *online*, perdendo apenas para os Estados Unidos²¹. Os criadores de conteúdo que utilizam o Youtube como canal atuam em diversos nichos, inclusive falando sobre cultura pop, cinema, seriados – entretenimento no geral. Destaca-se para este estudo, portanto, as criadoras e o criador de conteúdo que utilizam a plataforma e falam sobre Westworld: Carol Moreira²², mikannn²³ (Míriam Castro) e Série Maníacos²⁴ (Michel Arouca).

Os três produtores de conteúdo possuíam vídeos em seus canais sobre Westworld durante e após a primeira temporada ser exibida. A partir da segunda temporada do programa, começaram a se juntar para fazer vídeos semanais ao vivo (e que ficam gravados na plataforma após a transmissão), com duração de em média 1 hora, explicando o episódio da semana, respondendo dúvidas dos outros telespectadores e criando teorias para os próximos acontecimentos da série. Os vídeos iam ao ar na segunda-feira – já que os episódios saíam pela

²⁰ Disponível em: www.youtube.com. Acesso em 8 de junho de 2019.

²¹ Fonte: <http://temas.folha.uol.com.br/influenciadores-digitais/a-fama/brasil-so-perde-para-os-eua-em-tempo-de-visualizacao-de-ideos-on-line.shtml>. Acesso em 8 de junho de 2019.

²² Formada em Cinema, produtora de conteúdo fala sobre cinema, séries e premiações e conta com mais de 734 mil inscritos. Canal no Youtube: www.youtube.com/channel/UC2oZNo6o37qejkFQE2dIAA. Acesso em 8 de junho de 2019.

²³ Com formação em jornalismo, produz conteúdo sobre séries, jogos e animes e possui mais de 468 mil inscritos.

Canal no Youtube: www.youtube.com/channel/UCpkZ7Z_J8RJvRtYc3JQdh0g. Acesso em 8 de junho de 2019.

²⁴ Publicitário que produz conteúdo voltado apenas sobre séries e conta com quase 117 mil inscritos. Canal no Youtube: www.youtube.com/user/wofrox. É também o editor chefe do *blog* independente www.seriemaniacos.tv. Acesso em 8 de junho de 2019.

HBO no domingo de noite –, eram disponibilizados no canal da Carol Moreira e contavam com o patrocínio do iFood²⁵.

Para ilustrar como esses produtores de conteúdo são importantes para o seriado no contexto brasileiro, realizou-se uma pesquisa documental a respeito dos conteúdos produzidos sobre *Westworld* no canal de cada um. As informações gerais sobre esses vídeos foram sistematizadas em um quadro e podem ser encontradas nos apêndices B, C e D. O canal da Carol Moreira é o que conta com mais vídeos sobre *Westworld*, totalizando 15 postagens. Contudo, esse número também deve-se ao fato de que os vídeos ao vivo com participação dos três produtores de conteúdo, explicando os 10 episódios da segunda temporada, foram divulgados no canal dela. Encontram-se no canal da mikannn 5 vídeos a respeito do seriado e 7 no do Série Maníacos.

Destaca-se o vídeo feito pela Carol Moreira explicando as linhas temporais de *Westworld*, com duração de quase 50 minutos e com mais de 310 mil visualizações. Além disso, levando em consideração o tempo dos vídeos ao vivo sobre *Westworld* e as visualizações, percebe-se que o trio é considerado referência no assunto por outros telespectadores. Mesmo não tendo informações privilegiadas sobre o programa, os produtores de conteúdo se incumbiam de debater sobre os próximos acontecimentos do seriado, buscar compreender a cronologia dos fatos, responder perguntas de outros telespectadores, além de dar suas opiniões acerca do que vinha acontecendo.

A troca de informações entre os produtores de conteúdo e o público que acompanha os vídeos era possível, posto que existe o recurso do *chat* nos vídeos disponibilizados ao vivo no Youtube. Desta maneira, selecionava-se alguns comentários e perguntas de quem estava acompanhando o vídeo para serem lidos e respondidos. Posto isso fazem parte do que Lopes et al (2009) configuram como interatividade criativa, já que criam algo novo a partir do seriado e tornam-se emissores. Ainda, levando em consideração a abordagem da pirâmide de Lopes e Castilho (2018), entende-se que os três ocupam as posições de produtores e curadores, visto que criam e publicam seus conteúdos, além de influenciar e moderar discussões de outros fãs que os acompanham. Além disso, é importante mencionar que dada a relevância dos produtores de conteúdo para mediar discussões e auxiliar outros telespectadores a compreender o programa, estava previsto realizar uma análise de conteúdo de alguns dos vídeos ao vivo referentes a segunda temporada, levando em consideração como esses produtores explicam o

²⁵ Plataforma *online* que atua no setor de entrega de comida, fazendo a intermediação entre restaurante e usuários (clientes). Recebe mais de 6,2 milhões de pedidos mensais, 5,1 milhões de usuários ativos e está presente também no México, na Colômbia e na Argentina. Fonte: www.ifood.delivery/br/sobre. Acesso em 8 de junho de 2019.

programa e quais perguntas eram levantadas por parte do público. No entanto, como as respostas do questionário já trouxeram muitas informações e demandou muito tempo de trabalho da pesquisadora, se tornou inviável realizar essa outra análise.

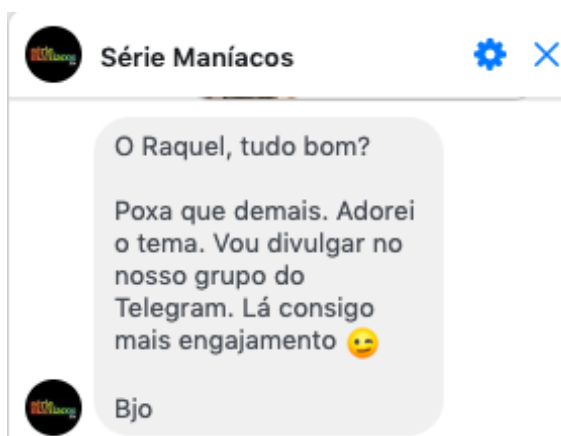
Nesse sentido e por meio desta pesquisa, percebeu-se que muitos telespectadores julgam ser necessário ou gostam de acompanhar outros conteúdos, além do próprio seriado, para entender melhor ou debater Westworld. Portanto, notou-se a importância de compreender os hábitos de consumo dos telespectadores de Westworld – buscando investigar se todos acompanham conteúdos complementares, costumam interagir com outros telespectadores, assistir novamente aos episódios, etc. – além de buscar entender o que os motiva a assistir ao programa, sabendo que se trata de uma obra com características muito particulares.

4.4. Questionário

Buscando obter um panorama dos hábitos de consumo da audiência brasileira de Westworld e os reflexos deles no processo de recepção do seriado, aplicou-se um questionário destinado ao público em questão. Este instrumento foi disponibilizado via Formulário do Google durante os dias 26/03/2019 até 01/04/2019 para a aplicação do pré-teste, que contou com a participação de três respondentes. O pré-teste consiste na “aplicação prévia do questionário a um grupo que apresente as mesmas características da população incluída na pesquisa” (RICHARDSON, 2010, p. 202) e tem como objetivo revisar aspectos da investigação. Nesta etapa foram levantados pequenos ajustes com relação a multiplicidade de escolha das questões.

Após esses ajustes, o questionário ficou disponível do dia 02/04/2019 até 07/04/2019 para que o público respondesse, sendo que a maioria das respostas se deu nos três primeiros dias. Ele foi divulgado pelo Twitter e por um grupo no Telegram, e alcançou 512 respostas. O grande número de respondentes deve-se ao fato de que os produtores de conteúdo mikannn e Série Maníacos auxiliaram na divulgação. O contato com esse último se deu via mensagem direta no Facebook, em que a pesquisadora explicava como os vídeos dos produtores de conteúdo a auxiliaram a enxergar o seriado como um fenômeno, além de mencionar os objetivos da pesquisa.

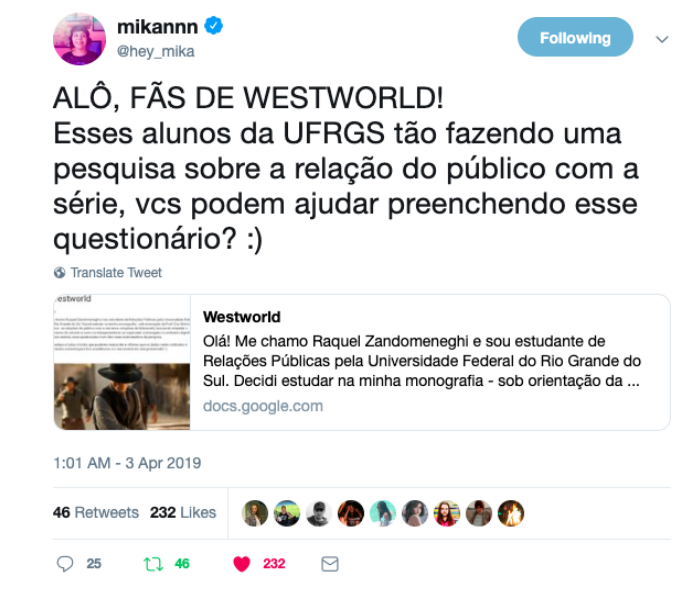
Figura 3. Retorno com relação a divulgação do questionário pelo Série Maníacos



Fonte: Facebook

Além disso, a pesquisadora contou com o auxílio de alguns amigos para divulgar o questionário no Twitter. Eles também auxiliaram mencionando os três produtores de conteúdo no site, pedindo para que ajudassem a divulgar o questionário na plataforma. A mikannn aceitou o convite e pediu para que seus seguidores responderem a pesquisa.

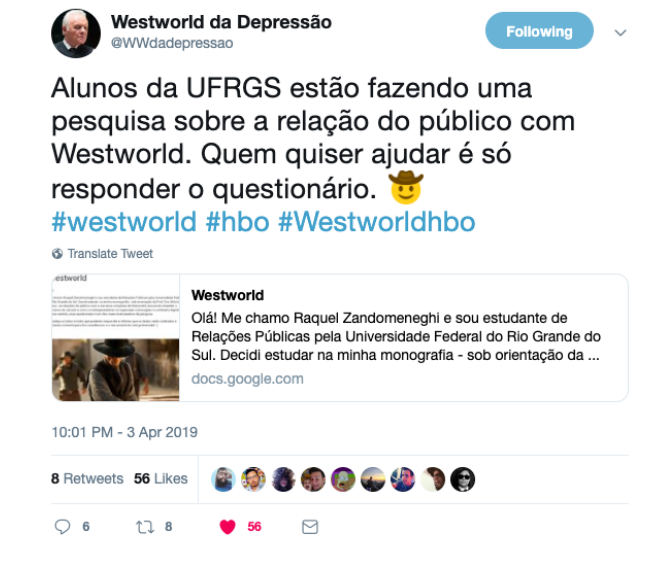
Figura 4. Divulgação do questionário no Twitter pela mikannn



Fonte: Twitter

Apesar da conta no Twitter “Westworld da Depressão” – que é administrada por fãs – não ter sido contatada, eles também ajudaram a divulgação da pesquisa no site.

Figura 5 Divulgação do questionário no Twitter pelo Westworld da Depressão



Fonte: Twitter

O contato com o *Série Maníacos* e, por sua vez, a divulgação, se deram no dia 02/04/2019 pela parte da noite. O contato com a mikannn também ocorreu durante a noite do dia 02/04/2019, no entanto, a divulgação se deu em torno da uma da manhã do dia 03/04/019. A conta Westworld da Depressão também divulgou no dia 03/04/019, mas no período da noite. Durante a noite do primeiro dia de divulgação, o questionário continha em torno de 40 respostas. No entanto, pela manhã do dia 03/04/2012 a pesquisa já possuía mais de 130 respostas, provando que a divulgação da mikannn no Twitter foi a mais eficaz. Durante o dia o questionário foi recebendo ainda mais respostas, e até o dia 04/04/2019 já tinha em torno de 500 respostas. O restante das respostas se deu entre os dias 05/04/2019 e 07/04/2019, mas como o instrumento não estava mais sendo divulgado, não houve tantos respondentes. Após esse contexto de como foi feita a divulgação do instrumento em questão, pode-se passar para a análise dos dados obtidos. Importante mencionar que, nas perguntas com respostas abertas, para especificar qual resposta se refere a qual respondente do questionário, serão utilizados os códigos R1 (que diz respeito a resposta que está na linha 1), até R512.

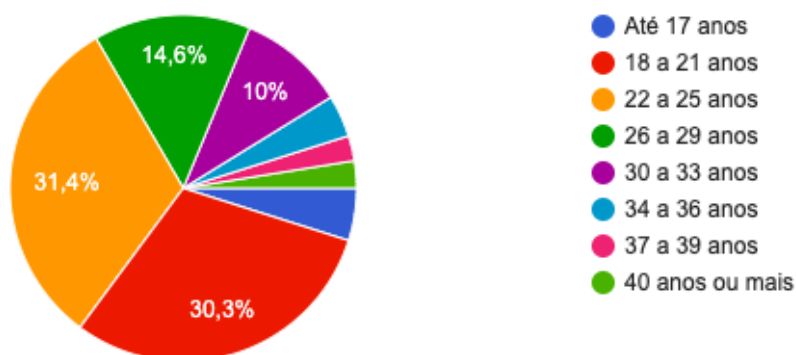
4.4.1. Hábitos de consumo e decodificação

Para se obter um panorama do perfil dos respondentes, a primeira parte do questionário visava investigar o perfil socioeconômico deste público. No que tange a faixa etária dos respondentes, a grande maioria (31,4% e 30,3%) afirmou ter entre 22 e 25 anos e 18 a 21 anos, respectivamente. Não houve muita discrepância com relação ao gênero dos respondentes, posto

que 49,6% respondeu se identificar com o gênero masculino, 49,8% com o feminino, e apenas 3 respondentes preferiram não responder.

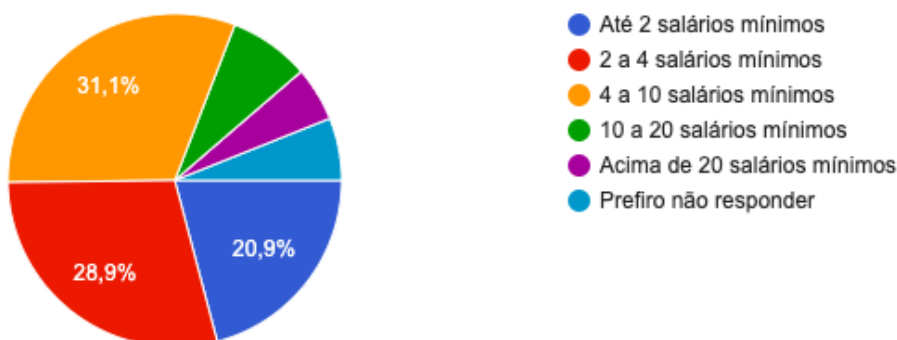
Diversas profissões apareceram como ocupação do público, ganhando destaque 49,8% que afirmou ser estudante (de Graduação ou Pós-Graduação) e/ou estagiário e 5,5% que afirmou estar desempregado – sendo obtidas essas informações a partir de uma questão aberta. Ademais, a renda familiar mensal da maioria (31,1%) é de 4 a 10 salários mínimos. Sabendo que 7,8% afirmou ter renda familiar de 10 a 20 salários mínimos e 5,3% acima de 20 salários mínimos, nota-se que 44,2% do público se encaixa nas classes A, B e C, enquanto 49,8% se encaixa nas classes D e E, conforme classificação do Critério Brasil²⁶. Ainda, 6,1% preferiu não responder.

Gráfico 1. Faixa etária



Fonte: Google Formulários

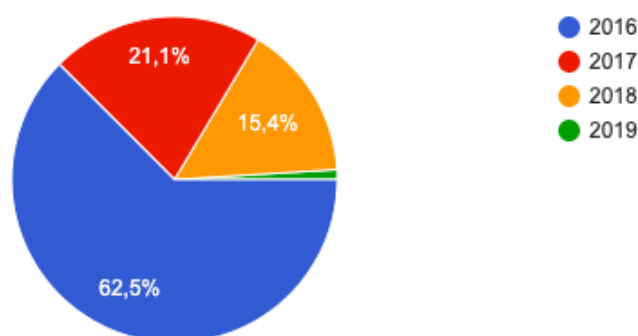
Gráfico 2. Faixa de renda familiar



²⁶ Fonte: <https://www.opuspesquisa.com/blog/mercado/criterio-brasil/>. Acesso em 9 de junho de 2019.

Após verificado o perfil dos entrevistados, o questionário guiava para a investigação dos hábitos de consumo da audiência. De modo geral, o público afirmou assistir ao programa desde 2016 – ano em que o seriado foi ao ar – (62,5%) e já assistiu a todos os episódios da primeira e da segunda temporada (86,7%), enquanto 10,5% assistiu apenas aos episódios referentes a primeira temporada. Ademais, 67,2% afirmou assistir aos episódios após serem transmitidos pela HBO e 32,8% costuma assistir no momento em que é transmitido pela emissora.

Gráfico 3. Ano em que começou acompanhar



Fonte: Google Formulários

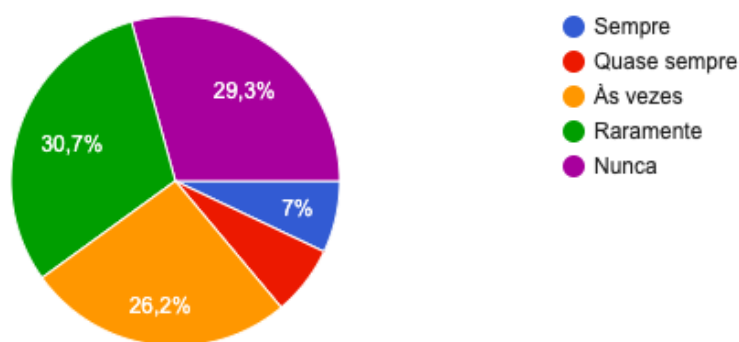
Para compreender por onde a audiência de Westworld costuma assistir ao programa, utilizou-se o recurso da pergunta semi-fechada. Aqui, foram dadas as opções para os respondentes escolherem entre “HBO (televisão)”, “HBO on demand” e “Outros”, sendo que nesta última alternativa os entrevistados eram obrigados a explicar quais. 32% dos telespectadores selecionaram a primeira opção, 21,1% afirmaram assistir pela HBO on demand (20,1%) ou HBO GO (1%), que apesar de terem sido utilizadas terminologias diferentes, ambos se referem ao serviço de vídeo sob demanda da HBO. O restante dos entrevistados escolheu a última opção, citando a pirataria (“Torrent”, ”Download”, ”Sites online”, dentre outros) como um meio para ter acesso ao seriado.

Percebe-se, portanto, que pouco mais de 50% do público é assinante da HBO. Como já mencionado, tanto o serviço de *streaming*, quanto os pacotes de televisão que abrigam a emissora são os serviços mais caros no mercado (embora o *streaming* ainda seja uma alternativa muito mais em conta do que os pacotes de televisão). Cruzando esse dado com o da renda e,

consequentemente, com as classes dos respondentes, entende-se que só é possível que metade do público seja assinante da emissora, pois pertence a classes sociais mais privilegiadas.

Dada a complexidade com que os fatos se apresentam em Westworld e sabendo que as revelações – que permitiram entender acontecimentos passados em outros episódios – foram feitas no final das temporadas, foi questionado aos entrevistados se eles assistem aos episódios mais de uma vez. 29,3% dos telespectadores selecionou “nunca”, enquanto 70,7% demonstrou ter assistido novamente pelo menos alguma vez. Até mesmo quem respondeu “raramente” (30,7%) foi direcionado para a próxima questão, com exceção de quem respondeu nunca.

Gráfico 4. Assiste aos episódios mais de uma vez

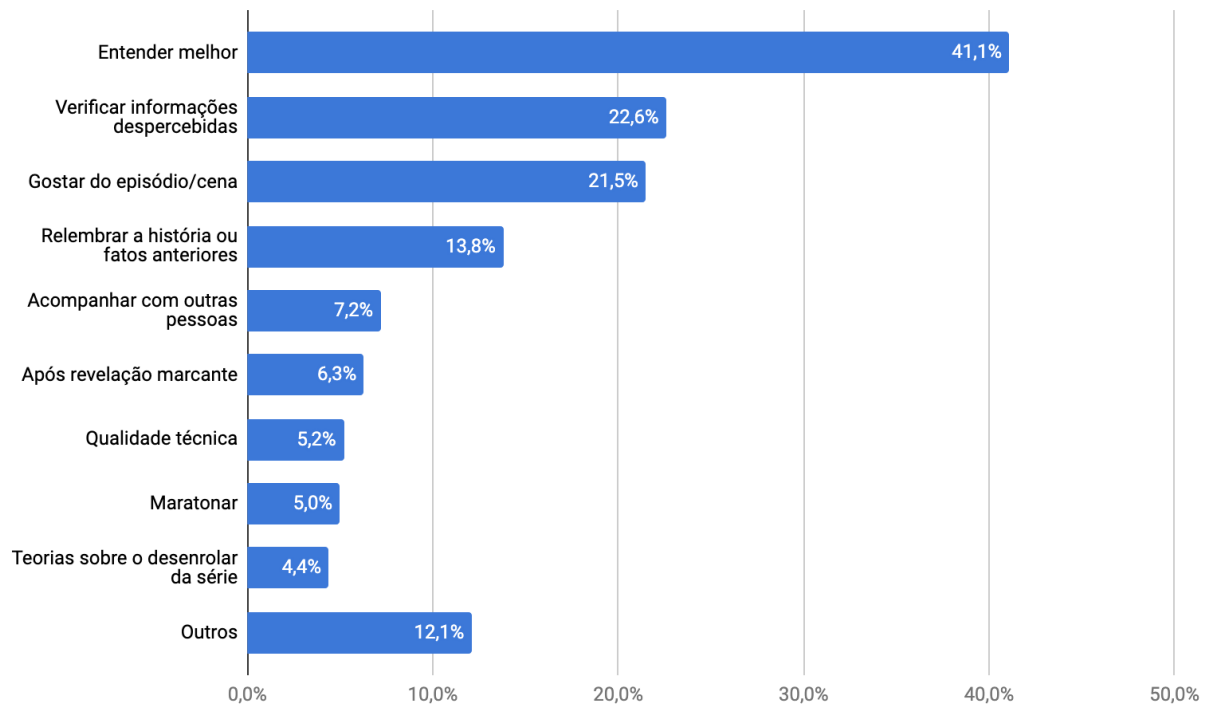


Fonte: Google Formulários

A próxima questão era aberta e contou com 362 respostas, já que apenas quem respondeu ter assistido aos episódios ou algum episódio mais de uma vez foi direcionado. Aqui era questionado em qual ou quais situações e por quais motivos os telespectadores assistiram novamente algum episódio de Westworld. Inicialmente, para a análise das respostas (que foi realizada por meio da técnica de análise de conteúdo) foram criadas 15 categorias – sendo que uma resposta poderia abrigar mais de uma categoria –, por terem aparecido diversos motivos, embora alguns com mais incidência do que outros. Após uma segunda análise e com o objetivo de dar destaque as categorias com mais incidência e mais relevância para o estudo, optou-se pelo emprego de 10 categorias, sendo trabalhadas agora como subcategorias as outras 5 que também haviam sido categorizadas previamente. Além disso, na categoria “Entender melhor”, a subcategoria “Organizar linha temporal” pode ser empregada, pois todas as respostas que se referiam a essa última também compreendiam a primeira categoria. Importante ressaltar que, apesar de terem sido feitas muitas categorizações, todas são importantes pois se referem a motivos diferentes, embora algumas vezes interligados. Ainda, as 4 categorias que apareceram em maior número e, portanto, demonstram ter mais relevância, foram: “Entender melhor” (41,2%), “Verificar informações que podem ter passado despercebidas” (22,6%), “Gostar

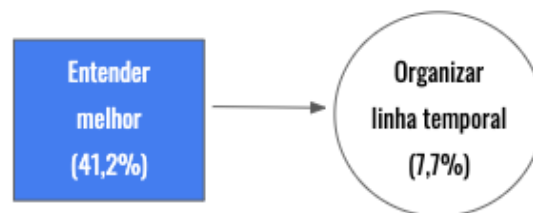
muito do episódio ou cenas específicas” (21,5%) e “Relembrar a história ou fatos anteriores” (13,8%). Abaixo segue, primeiramente, o gráfico com as 10 categorias e logo depois são apresentados dois esquemas para representar as subcategorias.

Gráfico 5. Motivações dos espectadores para assistir episódios ou cenas novamente



Fonte: elaboração da autora

Figura 6. Esquema com subcategoria 1 (motivos para assistir novamente)



Fonte: elaboração da autora

Figura 7: Esquema com subcategoria 2 (motivos para assistir novamente)



Fonte: elaboração da autora

O objetivo dessa pergunta era identificar um dos aspectos do consumo midiático (TOALDO; JACKS, 2013) por parte dos telespectadores, visando compreender, portanto, a *ritualidade* com relação aos Formatos Industriais e que dizem respeito a repetição e as gramáticas de ação ou com relação ao elemento Competências de Recepção, no sentido de compreender a maneira pela qual esses telespectadores assistem ao seriado (MARTÍN-BARBERO, 2009), conforme trabalhado no terceiro capítulo.

Com relação a categoria “Entender melhor”, R106 coloca que “*o último episódio da primeira temporada foi necessário assistir [novamente] para entender toda a filosofia da série*”. A R13 afirma ter assistido novamente alguma cena ou episódio porque não havia compreendido algo e acreditou ser “[...] *melhor ver de novo pra não ficar confusa*”. Ainda, a subcategoria “Organizar linha temporal” foi utilizada quando os respondentes deixavam explícito que a necessidade de entender melhor se dava por conta das diferentes linhas do tempo, chamadas também de “*timeline*”. Nesse sentido, e conforme R350: “*a serie trabalha com a narrativa não linear, portanto, em determinados episódios podemos nos confundir ou não entender em que período temporal a história está. Por isso, algumas vezes, revi os episódios para entender a história*”. Nessa linha de pensamento, R96 afirmou assistir novamente: “*quando [...] ficava confuso em relação à timeline, acontecendo na primeira temporada com as partes da Dolores + William, e na segunda temporada com as cenas de Bernard/Arnold*”. Embora já mencionado na fase da pesquisa documental, aqui temos mais uma vez a evidência de que Westworld utiliza alterações cronológicas com muita frequência de maneira não óbvia, sendo considerada uma narrativa complexa (MITTELL, 2012).

Além disso, Eco (1994) articula que para saber o final de uma história é necessário lê-la, em geral, uma vez (primeiro nível); e que para entender o que o autor desejava dos leitores é preciso ler o texto diversas vezes (segundo nível). No entanto, percebe-se que no caso de Westworld é necessário rever episódios algumas vezes somente para entender o final da história, demandando esforço e dedicação até mesmo dos leitores de primeiro nível.

A categoria “Verificar informações que podem ter passados despercebidas” foi a segunda com maior incidência e apareceu também na crítica do veículo Omelete e no site Minha Série, conforme já mencionado. Conforme R358, “*quando você assiste mais de uma vez um episódio você consegue perceber coisas que passam despercebidas na primeira vez*”. O R330 chegou a assistir a primeira temporada 4 vezes “*pois buscava informações que deixava passar despercebidas*” e afirmou ter visto novamente apenas alguns episódios da segunda temporada, mas pretende fazer isso com toda a temporada. Ainda com relação a essa categoria,

R324 afirmou: “*para ver se eu não deixei passar nada que fosse importante para o mistério da serie, porque a primeira vez que eu vi foi só para aproveitar o episodio mesmo, a segunda vez foi para reparar em cada detalhe da serie*”. O R193 busca essas informações para “*tentar identificar possíveis Easter eggs²⁷, oi detalhes nas falas dos personagens e na ambientação. Já que a seria apresenta uma narrativa nao -linear, é interessante buscar detalhes perdidos na primeira vista*”.

Desta maneira, percebe-se que esses telespectadores podem ser considerados o que Eco (1994) chama de leitor-modelo de segundo nível. Isso porque eles analisam minuciosamente momentos complexos (MITTELL, 2012), buscando no seriado as pistas que a produção inseriu de maneira não óbvia, agindo como descobridores e prestando atenção nas estruturas, cenas e diálogos, atentos para, se necessário, realizarem uma leitura de segundo nível (MUNGIOLI, 2012). Esse engajamento do público só é possível por conta das diferentes linhas temporais que se apresentam no seriado, afinal, conforme Mittel (2012), programas que causam desorientação temporária nos telespectadores – apresentados por meio de uma narrativa complexa – permitem que o público tenha um comportamento mais ativo e se organize no sentido de buscar dominar as regras internas dos seriados complexos, como é o caso de *Westworld*.

“*Geralmente revejo um episódio quando estou sem nada pra fazer e bate a saudade da minha westworld, como é o caso do episódio 4 e 8 da 2º temporada que eu amo demais!*” foi o argumento utilizado por R15 para assistir novamente algum episódio, pertencendo, portanto, a categoria “Gostar do episódio ou cena”. Além disso, essa categoria também foi utilizada quando os respondentes relataram cenas específicas, demonstrando ter sido importantes para eles, como ocorreu com R23: “[...] *revi um episódio de 2ª apenas porque fiquei fascinado pelo personagem. O episódio em questão é o do ciclo de testes com o Delos, que fica preso naquele quarto*”.

Na categoria “Relembrar a história ou fatos anteriores”, R6 informa ter o hábito de ver novamente para “*relembrar a trama antes de assistir a um novo episódio*”. A resposta do R52 também se encaixa nessa categoria, conforme o respondente explica: “*por fazer tempo que tinha assistido o último [episódio], daí decidi rever um e ir lembrando de onde a história tinha parado*”. “*Reassisti a primeira temporada antes da segunda começar para relembrar de tudo o que tinha acontecido*” foi o que R224 afirmou fazer, sendo que essa foi uma das justificativas

²⁷ Na tradução literal para o português significa “ovos de páscoa”, mas no ramo do entretenimento é uma expressão utilizada para os detalhes, referências, homenagens ou mensagens escondidas com relação a outras obras que aparecem em filmes e seriados. Fonte: <http://www.cinemaepipoca.com.br/o-que-sao-easter-eggs/>. Acesso em 9 de junho de 2019.

que mais apareceram nessa categoria. Essa última resposta também compreende a categoria “Maratonar”, por se tratar da prática de assistir ao seriado em sequência, conforme definição de Saccomori (2016).

Ainda, a categoria “Maratonar” não virou uma subcategoria da categoria referente a relembrar acontecimentos passados, posto que em alguns casos os respondentes não mencionaram que o motivo da maratona era relembrar algo, falando apenas que realizaram “*maratona antes de temporada nova*” (R334). Percebia-se, nesses casos, que os respondentes praticam essas maratonas por puro lazer, conforme segue:

Eu gosto de ver a temporada completa em sequência depois que ela termina (ou seja, assisto uma vez semana a semana e outra vez depois que acaba). Além disso, como a série tem hiatus grandes entre uma temporada e outra, tenho vontade de maratonar os episódios nesse meio tempo ou nos meses que antecedem o lançamento de uma nova temporada (R8).

Além disso, um tipo de resposta que apareceu bastante, embora a pesquisadora não esperasse, compreendeu a categoria “Acompanhar com outros”, podendo ser amigos, familiares, namorados e namoradas. Nesse sentido, R309 afirmou reassistir episódios quando encontra com alguém que também acompanha o seriado e ambos resolvem assistir “*a um episódio favorito para falar dele em detalhes*”. Houve também respondentes que afirmaram tentar convencer ou recomendaram Westworld para outras pessoas, como foi o caso de R315: “*assisti novamente ao primeiro episódio com um amigo para convencê-lo à assistir a série*”. Também apareceram casos em que reassistiram “*junto a amigos que estavam mais atrasados na série*” (R282) ou para acompanhar com outros – “*ver com a família que gostou*” (R216). Aqui, portanto, percebe-se que a mediação da *ritualidade* ocorre concomitantemente e por conta da mediação da *socialidade*, isto é, alguns telespectadores reassistem para que façam parte do comunitário (MARTÍN-BARBERO, 2009).

Alguns dos telespectadores também têm o hábito de assistir novamente a algumas cenas ou episódios após alguma revelação marcante nos episódios finais das temporadas. É o caso do R185 que reassistiu “*por causa do plot twist do bernard ser um 'robô'*” ou R161 que afirmou ter visto “[...] *novamente a primeira temporada após ficar impressionado com a revelação de que o William e o Homem de Preto eram a mesma pessoa =O*”. O emprego dessa categoria, portanto, se refere ao desejo de reassistir por causa das grandes revelações feitas nos finais das temporadas e não necessariamente pela busca de pistas. Além disso, respostas como a do R97 – “*para ver a história sabendo quem já era Android :D*” – não indicam a busca de informações despercebidas ou pistas, mas sim aparentam um desejo dos telespectadores de ver novamente para ter uma nova experiência, posto que agora já sabem dos segredos e das grandes revelações.

Ademais, muitas vezes essa categoria foi utilizada em conjunto com “Verificar informações que podem ter passados despercebidas”, conforme R258, que reassistiu “*partes de alguns episódios pra ver dicas de que Bernard era robô*”. Isto é, após a revelação, quis buscar indícios disso durante o desenrolar dos episódios. É o caso também do R172 que quis “*assistir sabendo de plots e perceber como o roteiro deu dicas*”. Mas o emprego das duas categorias juntas foi diferente do uso somente de “Verificar informações que podem ter passados despercebidas”. Isso porque essa se dá mais no contexto geral, como é o caso do R243 que afirmou “*buscar mais detalhes dentro da narrativa*” ou “*por que [...] é uma série muito detalhista e vendo pela segunda vez, você pega muitas pistas sobre*” (R252). A utilização das duas categorias juntas, portanto, foi no sentido dessas informações despercebidas serem pistas para os grandes acontecimentos e revelações que ocorrem no final de cada temporada.

Ademais, a categoria “Qualidade técnica” foi utilizada quando os respondentes elogiavam atuação, roteiro, fotografia, produção, etc. R259, portanto, coloca que reassistiu episódios e cenas porque achou o seriado “*extremamente bem trabalho em todos os quesitos. Roteiro, atuação, fotografia, trilha sonora...*”. R300 também responde nessa mesma linha, argumentando que “*produção, edição e diálogos são ótimos*”. Essa categoria, portanto, refere-se tanto ao elemento Lógicas de Produção (rotinas de produção, por exemplo), quanto a mediação *tecnicidade* (realizar e disponibilizar o seriado a partir de aparatos técnicos), que estão relacionados com os Formatos Industriais disponíveis (MARTÍN-BARBERO, 2009).

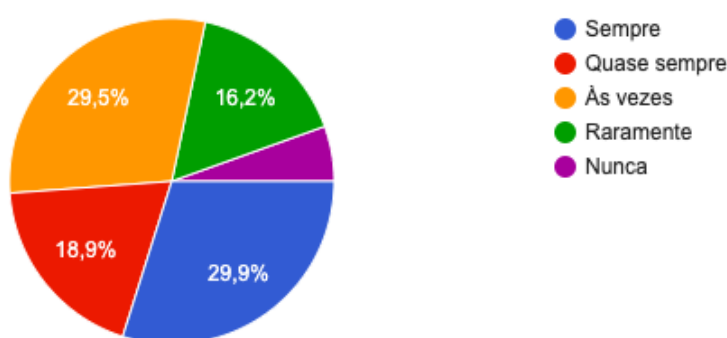
Ainda, a categoria “Teorias sobre o desenrolar da série” diz respeito a teorias que os telespectadores criavam – como o R45 que afirmou assistir mais vezes os episódios para “[...] *criar/elaborar teorias a respeito*” – ou as que já eram debatidas por outras pessoas e o que o respondente gostava de conferir – como o R53: “*algumas teorias que foram discutidas de forma geral e que precisei ver novamente o ep pra tirar conclusões*”. Além disso, as respostas em que os telespectadores afirmaram reassistir para buscar *easter eggs* – como foi o caso do R193 que foi citado na explicação da categoria “Verificar informações que podem ter passado despercebidas” – também contaram para essa categoria, pois essas pistas e segredos escondidos são o que fazem com que muitos telespectadores cheguem em teorias. Ademais, alguns telespectadores demonstraram se dedicar bastante na criação dessas teorias, conforme segue o exemplo abaixo:

Após o terceiro episódio, formulei uma teoria para solucionar o quebra-cabeças da primeira temporada. Resolvi rever os três episódios. Além disso, revi um episódio de 2ª apenas porque fiquei fascinado pelo personagem. O episódio em questão é o do ciclo de testes com o Delos, que fica preso naquele quarto (R23).

Por fim, a categoria “Outros” deu conta de respostas muito vagas ou daquelas que puderam ser abrangidas em algumas subcategorias, mas que não apareceram em muitas respostas (“Temas abordados no episódio” ou “Após ler/assistir alguma análise”) ou não foram muito relevantes de acordo com os objetivos de pesquisa (“Estava passando na televisão” ou “Dormiu/não prestou atenção”).

Todos os 512 respondentes eram direcionados para o terceiro bloco do questionário, não havendo mais questões que apenas alguns entrevistados respondessem. Na próxima pergunta foi questionado se os entrevistados costumam assistir a vídeos explicativos ou buscar conteúdos explicativos na *internet* a respeito de *Westworld*. Destaque para 29,9% dos respondentes que afirmaram sempre buscar esses conteúdos e 29,5% que afirmaram às vezes. Apenas 5,5% dos respondentes nunca procuraram conteúdos complementares. O objetivo aqui ainda era investigar o consumo midiático e nesse sentido, identificar como se dá a *ritualidade*. Desta maneira, entende-se que, como a maioria busca por conteúdos explicativos na *internet*, a técnica (*tecnicidade*) é novamente um fator mediador, mas dessa vez não com a produção do seriado em si, mas com outros telespectadores que produzem esses conteúdos (MARTÍN-BARBERO, 2009).

Gráfico 6. Busca conteúdos explicativos na *internet* sobre *Westworld*



Fonte: Google Formulários

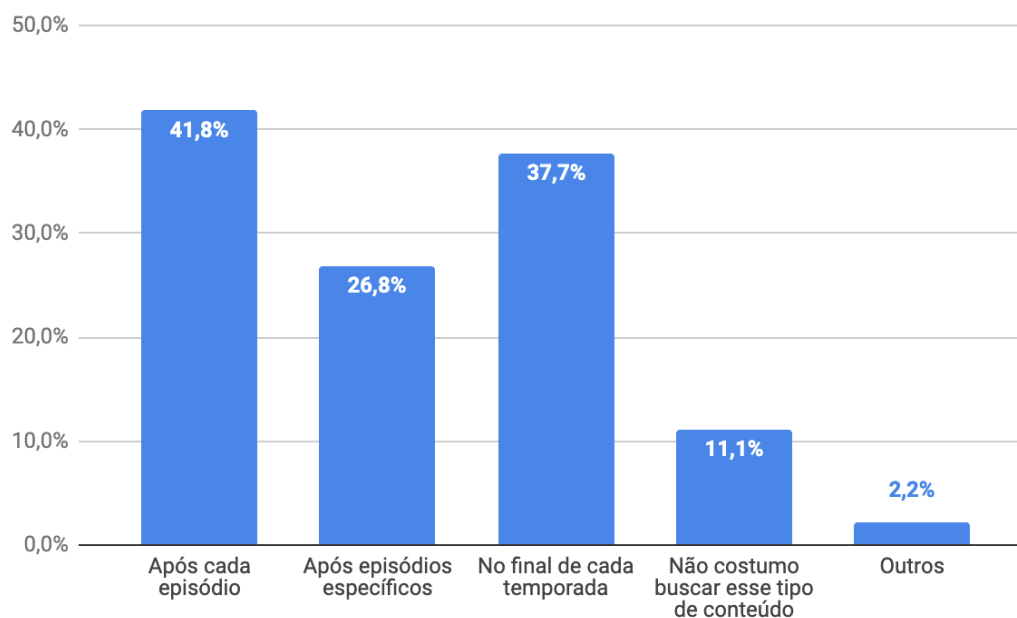
Dos que responderam nunca assistir aos episódios novamente (29,3%), 38% sempre ou quase sempre procura materiais explicativos e 34,7% às vezes. Com relação aos que responderam raramente reassistir episódios (30,7%), 48,4% sempre ou quase sempre busca esses conteúdos e 28,7% às vezes. Ademais, dos 26,2% que assistem às vezes aos episódios novamente, 47% sempre ou quase sempre procura conteúdos extras e 27,6% às vezes. Nesse sentido, entende-se que muitas vezes esses materiais explicativos acabam por substituir a prática de ver novamente os episódios, entregando muitas das respostas para as dúvidas desse público. No entanto, isso não significa dizer que todos que acompanham esses conteúdos

complementares deixam de buscar entender o seriado por conta própria. Adiantando uma das respostas da última pergunta do questionário, R130 afirmou que o que mais chama a sua atenção é “*A complexidade de tudo. Eu adoro quebrar minha cabeça pra tentar entender o que está acontecendo na série e depois ir buscar vídeos explicativos e teorias na internet pra tentar montar o quebra-cabeça*”. Nesse sentido, o respondente deixa claro que se esforça para compreender o seriado mas, mesmo assim, busca por materiais complementares. Importante destacar, ainda, que de todos os 512 respondentes, quem afirmou nunca rever episódios e nunca ou raramente procurar conteúdos explicativos compreende apenas 8% do público geral; e quem afirmou raramente rever episódios e nunca ou raramente procurar conteúdos explicativos foram 7% desse mesmo público.

Além disso, dos que afirmaram sempre rever episódios (7%), 58,3% afirmou sempre ou quase sempre buscar materiais extras, 25% respondeu às vezes, e 13,9% raramente. Apenas 1 respondente (2,8%) afirmou sempre reassistir e nunca procurar materiais extras. Com relação a quem afirmou quase sempre rever episódios (6,8%), a busca por conteúdos alternativos ocorre da seguinte forma: 62,9% sempre ou quase sempre; 22,9% às vezes; 11,4% raramente; e 2,9% (1 respondente) nunca. Portanto, é muito difícil estabelecer um padrão e essas práticas são muito pessoais de cada telespectador. No entanto, percebe-se que a maioria que reassistiu com frequência aos episódios costuma também procurar materiais complementares ao seriado. Desta maneira, entende-se que esses conteúdos têm duas funções: substituir a prática de rever episódios – tirando as dúvidas dos telespectadores – ou complementar essa prática.

A próxima questão era semi-fechada e buscava identificar em quais momentos se davam essa procura por conteúdos complementares. Ainda, o respondente poderia selecionar mais de uma opção para responder. Foram sugeridas quatro opções de escolha, mais a opção “Outros”, que teve menor incidência, com apenas 2,1% de respostas. 41,8% dos entrevistados afirmou acompanhar esses conteúdos após assistir a cada episódio; 37,7% informou procurar conteúdos explicativos no final de cada temporada; 26,8% apontou acompanhar explicações após assistir a episódios específicos; e apenas 11,1% não costuma buscar esse tipo de conteúdo. Ademais, entende-se que a busca por esses conteúdos tornou-se um hábito para quem procura explicações após cada episódio e no final de cada temporada, fazendo parte da *ritualidade* de acompanhar o seriado (MARTÍN-BARBERO, 2009).

Gráfico 7. Quando busca conteúdos explicativos na internet sobre Westworld



Fonte: elaboração da autora

No entanto, apesar da maioria dos respondentes procurar materiais extras, quando questionados – em pergunta fechada – se eles acreditavam ser possível compreender o seriado sem buscar conteúdos explicativos em espaços colaborativos, 42,2% respondeu “quase sempre”. Ainda assim, percebe-se que apenas 18,4% respondeu “sempre”, provando o quão confuso o seriado é e como esses conteúdos são importantes para a compreensão de Westworld.

Ademais, com relação ao público que afirmou procurar conteúdos explicativos sempre ou quase sempre (48,8% dos respondentes), 47,6% acredita ser possível entender sempre ou quase sempre sem auxílio desses conteúdos e 44,8% acredita que somente às vezes é possível entender o programa sem auxílio de materiais complementares. Percebe-se que nos casos em que não se compreende o seriado sem conteúdos extras, entende-se que a procura desses materiais ocorre como um auxílio para decodificar o que fora codificado anteriormente pela produção, no sentido de eliminar os mal-entendidos (HALL, 2003). No entanto, apesar de Hall (2003) afirmar que normalmente quem realiza o esforço de tentar acabar com possíveis distorções ser o codificador, no caso de Westworld quem tenta eliminar esses mal-entendidos são os telespectadores a partir da busca de informações extras – afinal e como já mencionado a partir da entrevista do *showrunner* Jonathan Nolan, a produção não tem intenção de deixar o programa mais acessível e fácil de ser entendido.

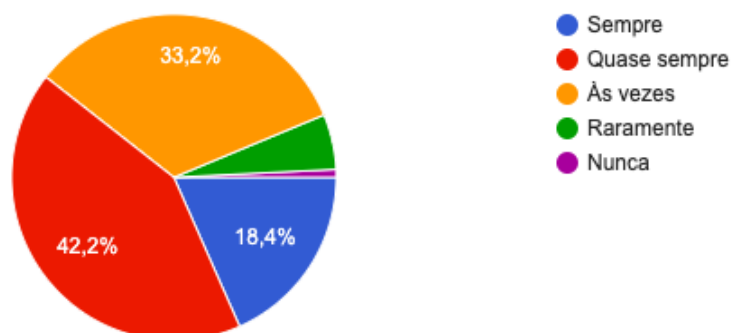
Como uma parte considerável do público acompanha conteúdos extras, mesmo tendo afirmado ser possível sempre ou quase sempre entender Westworld sem esses materiais, infere-

se, como mencionado anteriormente, que muitas vezes a busca por essas informações nem sempre é no sentido de compreender o seriado. A resposta do R57 no espaço para comentários gerais do questionário ilustra isso: *“Acho que é perfeitamente possível compreender a série apenas vendo o produto principal, mas é possível ter uma compreensão mais profunda e pegar mais detalhes se produtos adicionais (como vídeos de YouTube e sites de discussões) forem consumidos”*. Ainda, conforme esse recorte de público, 7,6% acredita que raramente ou nunca entende-se o programa sem o auxílio dessas explicações – sendo que todos que selecionaram nunca (4), sempre buscam o auxílio desses conteúdos.

Dos que afirmaram às vezes procurar conteúdos explicativos (29,5), 70,9% acredita ser possível sempre ou quase sempre compreender o programa sem o auxílio de conteúdos extras; 23,2% às vezes; e 5,7% raramente, não havendo quem tenha respondido nunca. Com relação a quem respondeu raramente buscar explicações (16,2%), 73,5% afirmou acreditar ser possível entender *Westworld* sempre ou quase sempre sem a busca de outros materiais; 22,9% afirmou às vezes; e 3,6% raramente. Dos que responderam nunca procurar esses conteúdos (5,5%), 82,1% entende ser possível compreender o seriado sem os materiais extras sempre ou quase sempre; 14,3% às vezes e 1 respondente (3,6%) afirmou raramente. No espaço de comentários gerais disponibilizado no final do instrumento, R59 colocou: *“Eu parei de ver conteúdo explicativo/de teorias sobre a série pq senti que não aproveitei tanto quando via. É bem mais legal pensar nas próprias teorias e ir descobrindo as coisas com a série do que com um Youtuber ou alguém no Reddit mastigando tudo”*. Percebe-se a diversidade de perfis dos respondentes e das maneiras que consomem o seriado, posto que R281 utilizou o mesmo espaço e comentou: *“Se não fosse as lives [vídeos ao vivo] da Carol, Mikannn e Michel eu tava perdido”*.

Ademais, dos que afirmaram nunca procurar conteúdos explicativos e nunca assistir aos episódios novamente – representando apenas 8,7% (13) de quem nunca assiste de novo –, 69,2% (9) desse público acredita quase sempre ser possível compreender o seriado sem materiais extras, 23,1% (3) sempre e apenas 1 respondente (7,7%) raramente. Nesse sentido, a maioria desse público – que é a minoria comparado com os outros dados – não assiste novamente aos episódios ou procura conteúdos extras, compreendendo, de modo geral, apenas com as informações passadas no episódio (e visto uma vez). Percebe-se, ainda, que essa é a exceção, sendo um grupo muito particular que tem esse comportamento.

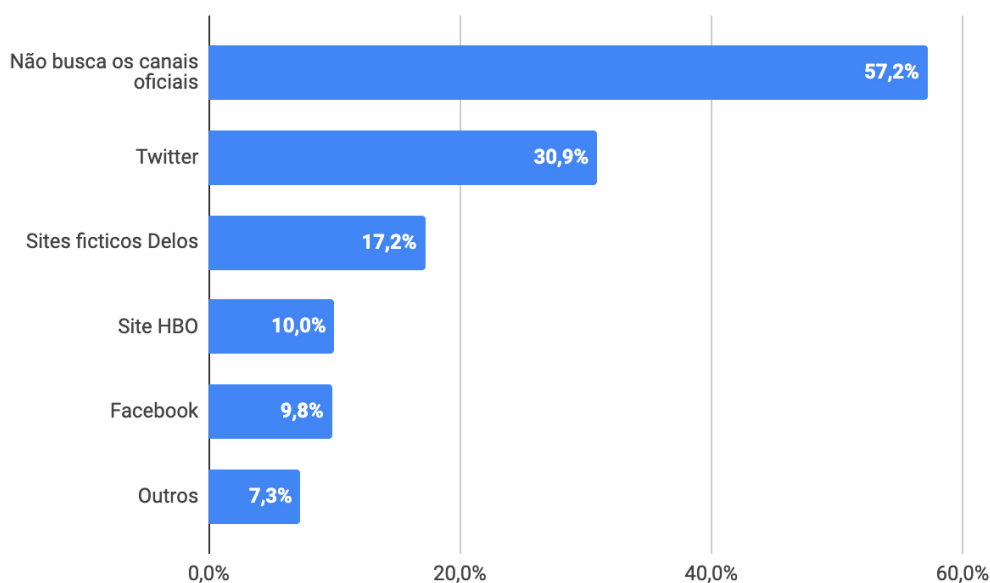
Gráfico 8. É possível entender Westworld sem o auxílio de conteúdos explicativos?



Fonte: Google Formulários

Com o intuito de entender se os canais oficiais de Westworld ou da emissora também eram acessados pelos telespectadores para encontrar informações a respeito do seriado, utilizou-se o recurso da questão semi-fechada, com possibilidade dos entrevistados selecionar mais de uma opção. Das alternativas sugeridas, 30,9% consulta o Twitter oficial de Westworld; 17,2% acessa os *sites* da Delos (empresa fictícia do universo de Westworld e que comanda os parques); 10% acessa o *site* oficial da HBO referente ao seriado; 9,8% acompanha a página oficial do seriado no Facebook; e 57,2% não busca os canais oficiais. Ademais, os *links* dos *sites* estavam disponíveis nas opções para consulta.

Gráfico 9. Busca os canais oficiais de Westworld ou da emissora para se informar



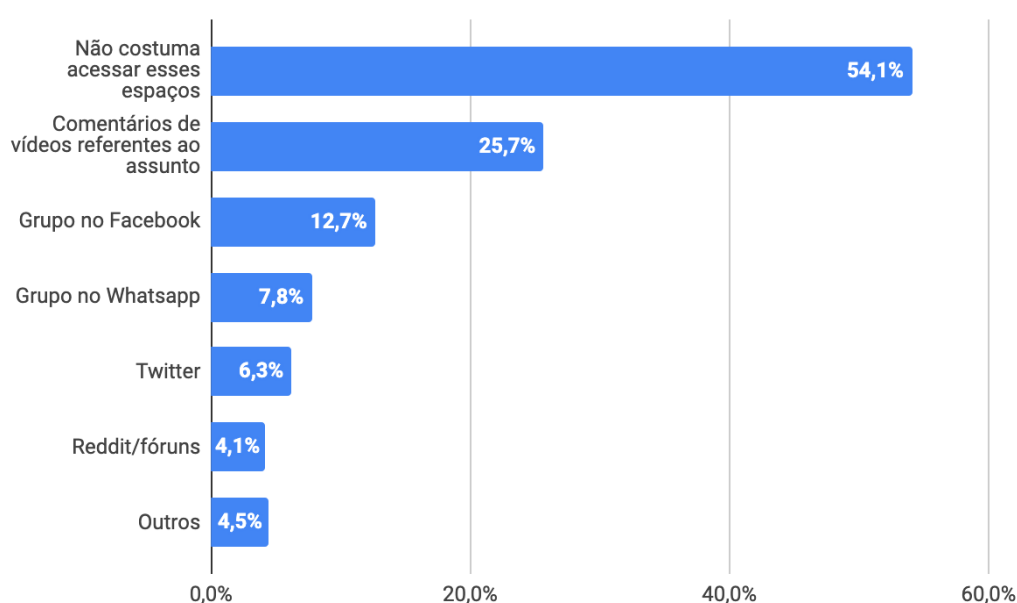
Fonte: elaboração da autora

Da alternativa aberta (“Outros”), apareceram com bem menor incidência também o Instagram da HBO ou dos atores (1,2%), além de ser citado canal do Youtube (2,3%). Embora neste último nem todos tenham explicado qual canal era, inferiu-se que seria o oficial da HBO

ou da HBO Brasil, posto que a pergunta se referia aos canais oficiais. Ainda, 3,7% respondeu acompanhar canais não oficiais (canal no Youtube de produtores de conteúdo como Mikannn, Série Maníacos e Carol Moreira, dentre outros; Reddit; *podcasts*; etc.). A maioria aqui selecionou essa opção junto com “Não busco os canais oficiais”, além de alguns que fizeram questão de citar esses canais não oficiais mesmo acessando os oficiais. Ademais, levando em consideração que 57,2% não busca os canais oficiais e apenas 11,1% não costuma buscar conteúdos explicativos em espaços colaborativos na *internet*, entende-se que para a maioria esses conteúdos explicativos gerados por outros sujeitos que não a própria produção acabam tendo mais valor do que as informações disponibilizadas pelos canais oficiais.

A próxima questão tinha como objetivo identificar se os entrevistados acessam espaços para interagir com outros telespectadores de Westworld e trocar conhecimento e, se sim, quais. Aqui novamente foi utilizada a questão semi-fechada – utilizando a opção “Outros” – com a possibilidade de seleção de mais de uma resposta. A maior incidência de resposta (54,1%) foi na alternativa “Não costumo acessar esses espaços”, seguida de “Comentários de vídeos referentes ao assunto”, com 25,7% de respostas. “Grupos no Facebook” e “Grupos no Whatsapp” também apareceram – embora com menos força –, com 12,7% e 7,8% de respostas, respectivamente. Da opção “Outros”, o Twitter foi o espaço que mais apareceu, com 6,2%, seguido do Reddit (e fóruns na *internet*, no geral), com 4,1%. Acredita-se, com base nessas respostas e na pesquisa documental realizada e apresentada anteriormente, que provavelmente esses telespectadores brasileiros utilizam o *subreddit* de Westworld.

Gráfico 10. Acessa espaços para interagir com outros telespectadores



Fonte: elaboração da autora

Ademais, apesar de pouco mais da maioria não interagir (54,1%), ainda assim muitos telespectadores acessam espaços para debater o seriado (45,9%). Na última questão, que perguntava o que mais chamava atenção do telespectador com relação ao seriado, R79 afirmou ser a “*discussão q ela provoca acerca dos temas propostos, a serie consegue se manter presente dps da exibição do ep, fomentando uma discussão com amigos e outros espectadores*”. Além disso, cruzou-se os dados de quem costuma procurar conteúdos extras com quem costuma interagir, buscando identificar se existe um padrão de perfil para os telespectadores mais engajados. Assim, 42,3% dos telespectadores que interagem quase sempre buscam materiais complementares, 36,8% às vezes; 13,8% sempre; 6,7% raramente e apenas 1 (0,4%) nunca. Ainda, com relação a quem não interage (54,1%), 29,6% procura conteúdos alternativos às vezes, 26,7% sempre, 17,7% quase sempre, 17% raramente e 9% nunca.

Nesse sentido, identifica-se que o comportamento utilizado pelo público que não interage mas acompanha materiais explicativos – sendo, portanto, silenciosos – diz respeito a interatividade passiva (LOPES et al, 2009). Além disso, pode-se dizer que esse público específico ocupa a base da pirâmide apresentada por Lopes e Castilho (2018), tornando-se apenas espectadores desses conteúdos explicativos e do próprio seriado. Por outro lado, quem acessa esses espaços de interação – levando em consideração a mesma pirâmide – pode ser considerado como comentador, e coloca em prática a partir da *tecnicidade* – posto que os espaços em questão são no ambiente digital e a interação, portanto, é mediada por aparelhos técnicos – a mediação da *socialidade* (MARTÍN-BARBERO, 2009). Além disso, fazem parte também da classificação da interatividade ativa, posto que se engajam com o seriado e com outros telespectadores, embora os estímulos da produção do seriado não sejam diretos como em enquetes, mas pela própria maneira com que a narrativa é apresentada.

Ainda com relação às respostas da opção aberta e que estão classificadas no gráfico como “Outros”, 2,3% citaram aplicativos e *sites* como TV Time e Banco de Séries que são específicos para seriados e programas de televisão; 1,5% mencionou interagir com seus amigos; apenas 2 respondentes citaram o Instagram; e apenas 1 trouxe o Telegram como espaço para interagir. Interessante lembrar, no entanto, que o produtor de conteúdo Série Maníacos havia informado possuir um grupo no aplicativo em questão e divulgou o questionário nele. Portanto, mesmo não sabendo quantos respondentes ficaram sabendo do instrumento de pesquisa pelo aplicativo em questão, é importante mencionar que as perguntas semi-fechadas podem orientar os respondentes para as alternativas já sugeridas no questionário.

Levando em consideração a quantidade de informações adquiridas pelo instrumento no sentido de entender os hábitos de consumo desses indivíduos, propõe-se a criação de perfis do

público em questão. Esses perfis foram criados de forma a facilitar o entendimento dos hábitos dos respondentes. Entende-se, ainda, que a maioria dos telespectadores respondentes se encaixam no primeiro perfil, depois no segundo, e o terceiro é o que tem menor incidência. Ademais, algumas informações inseridas em determinados perfis foram suposições da autora – e estão apontadas –, sendo necessário realizar mais cruzamentos de dados, com diversas variáveis, para compreender se todas as características estão de acordo com as práticas do público que se referem. Ainda, o modelo proposto se baseia em quem entende o programa ou busca entender a partir da procura de conteúdos complementares. Aqui, portanto, não foi levado em consideração as respostas que eram exceção, referentes ao público que não procura conteúdos complementares, não compreende muito bem o programa e não acredita ser possível compreender o programa sem o auxílio de materiais extras.

- Dependente (*a e b*): revê episódios às vezes ou raramente porque utiliza os conteúdos complementares encontrados na *internet* para tirar suas dúvidas.
 - a) Procura conteúdos extras sempre ou quase sempre (infere-se que seja após os episódios e no final da temporada). Acredita ser possível entender somente às vezes o programa sem auxílio de materiais complementares.
 - b) Procura conteúdos extras às vezes (infere-se que seja após episódios específicos e no final da temporada) e acredita ser possível entender o programa sem auxílio de materiais complementares sempre ou quase sempre.

Infere-se, portanto, que nos dois casos o motivo para reassistir episódios – que ocorre em situações específicas – e acompanhar conteúdos complementares seja para entender melhor o programa, tirar dúvidas ou acompanhar discussões sobre *Westworld*. Acredita-se que alguns interagem com outros telespectadores e outros não costumam interagir ou interagem pouco.

- Engajado (*a e b*): revê episódios quase sempre ou sempre buscando entender melhor o seriado a partir do seu esforço, embora acompanhe conteúdos complementares sempre ou quase sempre. Pensa ser possível sempre ou quase sempre entender o seriado sem conteúdos extras.
 - a) No caso de alguns telespectadores, infere-se que o motivo para reassistir episódios seja para entender melhor, por gostar muito do seriado/episódio/cena e verificar informações que podem ter passado despercebidas.
 - b) Em outro casos, acredita-se que o motivo para rever episódios seja para entender melhor – organizando por conta própria as linhas temporais –, por gostar muito do

seriado/episódio/cena, verificar informações que podem ter passado despercebidas e teorias ou traçar suas próprias sobre o desenrolar do programa.

Acredita-se que boa parte desse grupo interage com outros telespectadores.

- Independente: procura compreender o programa por conta própria, reassistindo episódios se julgar necessário. Infere-se que quem ou quando reassistem episódios é com o objetivo de entender melhor – organizando por conta própria as linhas temporais –, por gostar muito do seriado/episódio/cena, verificar informações que podem ter passado despercebidas e teorias ou traçar suas próprias sobre o desenrolar do programa. Não costumam acompanhar materiais extras, pois acreditam ser possível compreender o programa sem eles, além de pensarem que a consulta a esses conteúdos acabam por estragar a experiência proporcionada pelo seriado. Acredita-se que uma parte desse público interage com outros telespectadores e outros não costumam interagir ou interagem pouco.

4.4.2 Percepção do seriado

Conforme mencionado no início do subcapítulo anterior, as questões até então davam conta, portanto, da *ritualidade* no sentido de compreender as gramáticas de ação e a maneira pela qual os telespectadores assistem ao seriado (MARTÍN-BARBERO, 2009), isto é, compreender como se dá o consumo midiático (TOALDO; JACKS, 2013), a partir muitas vezes, da *tecnicidade*, e com reflexos na *socialidade*. Contudo, a próxima parte do questionário tinha o intuito de entender como as vivências dos sujeitos telespectadores interferem no processo de recepção de *Westworld* e quais os sentidos produzidos pelo programa. Nesse sentido, o próximo bloco do instrumento que será abordado agora tinha como objetivo entender a percepção do público com relação ao seriado. Para isso, nas duas primeiras perguntas pedia-se para os entrevistados darem uma nota de 0 a 10 para a primeira e segunda temporada de *Westworld*, respectivamente.

Gráfico 11. Nota para a primeira temporada



Fonte: Google Formulários

Gráfico 12. Nota para a segunda temporada



Fonte: Google Formulários

A partir dessas respostas, nota-se que a primeira temporada foi melhor recebida pelo público em questão. Enquanto 52,7% deu nota 10 para a primeira temporada; apenas 22,3% deu a mesma nota para a segunda. A nota 9 ficou parecida em ambas as perguntas; no entanto, 25,8% deu nota 8 para a segunda temporada, quando na primeira apenas 10,4% deu essa nota. Ainda, na primeira questão, 3,3% deram nota 7; enquanto na segunda 8,2% selecionaram essa nota. A nota mais baixa que apareceu para a primeira temporada foi 6, sendo que apenas 2 (0,4%) respondentes selecionaram essa opção. Para a segunda temporada, no entanto, 2,1% deram essa nota, além de terem aparecido também a nota 5 – embora apenas 3 (0,6%) pessoas tenham dado – e as notas 4 e 3 – com um voto cada uma (somando 0,4% as duas juntas). Além disso, na primeira questão apenas 2 pessoas (0,4%) informaram não terem assistido a primeira temporada, e na segunda 10,2% afirmou não ter assistido a temporada em questão.

Alguns respondentes deixaram clara essa distinção de qualidade entre a primeira e a segunda temporada. Na primeira questão aberta – que nem todos responderam e questionava

em quais momentos ou por quais motivos os telespectadores reassistirem aos episódios – R360 afirmou (grifos da autora):

*Eu reassisti episódios que julguei bons. Neste caso: incluem-se todos os da primeira temporada e alguns da segunda. Pra mim o problema de alguns episódios da segunda é que eles não tem muita coisa pra passar sei lá, dão um sentimento de vazio quando você reassiste. **Você já viu essa história uma vez e isso basta.** Em outros, a história te cativa de novo, seja pra perceber as **pistas escondidas** de algum twist no final da temporada, ou simplesmente pra sentir mais uma vez os sentimentos que um **episódio tão emocional** quanto "Kiksuya" passa. Da mesma forma que o Ford descreve na primeira temporada, **são as pequenas coisas que te trazem de volta.** Alguns episódios — em especial episódios da segunda — tentam focar no grande (por exemplo, os **desnecessário a vem e volta no tempo** pra colocar um Twist gigante no fim da temporada sendo q no fim um episódio meio fora da história principal como Kiksuya acaba sendo muito melhor em qualidade q todo esse Twist planejado)e **se esquecem q são os pequenos detalhes que fizeram a primeira temporada de ww tão boa.***

Ademais, mais outros 5 respondentes, no espaço reservado para comentários gerais no questionário (em que a resposta não era obrigatória) demonstraram certa insatisfação com a segunda temporada. R52, por exemplo, afirmou que *“a segunda temporada foi muito enrolada, andando em círculos por vários episódios. Poderia ter se resolvido em 5 episódios”*. R424 apenas comenta *“a segunda temporada é chata”* demonstrando certo descontentamento com a temporada em questão. Além disso, houveram comentários comparando as duas temporadas de Westworld, conforme segue: *“a primeira temporada é ótima, mas a segunda demorei muito para terminar pq era pesado em conteúdo e não recompensava com uma trama muito envolvente. demorei uns 6 meses entre o episódio 6 e 7 pq passava várias outras coisas na frente”* (R318); *“gosto muito da primeira, mas a segunda temporada ficou muito arrastada e me perdeu no caminho [...]”* (R188); *“a narrativa em diversas linhas temporais é brilhante na primeira temporada, mas desnecessária na segunda onde foi utilizada para confundir e sem outra justificativa”* (R165). Nesse sentido, entende-se que esses telespectadores estão operando conforme o código de oposição proposto por Hall (2003), posto que apreendem os sentidos do segunda temporada, no entanto, se colocam contrários ao modo pelo qual ela foi apresentada.

No entanto, alguns respondentes – que também utilizaram o espaço dos comentários gerais – demonstraram não fazer distinção entre a primeira e a segunda temporada, aparentando gostar muito da obra como um todo: *“uma das melhores séries da atualidade”* (R243); *“eu amo esta serie, nunca ameí uma serie como ameí esta”* (R253); *“é uma ótima série que conseguiu manter a narrativa envolvente mesmo na segunda temporada”* (R413). Além disso, um dos respondentes demonstrou ter gostado ainda mais da segunda temporada: *“para mim, Westworld é de longe uma das melhores séries já feitas. Gostaria bastante que fosse mais reconhecida. Eu adorei a primeira temporada e gostei ainda mais da segunda”* (R410), embora

essa tenha sido a única resposta de todo o questionário que demonstre a preferência pela segunda.

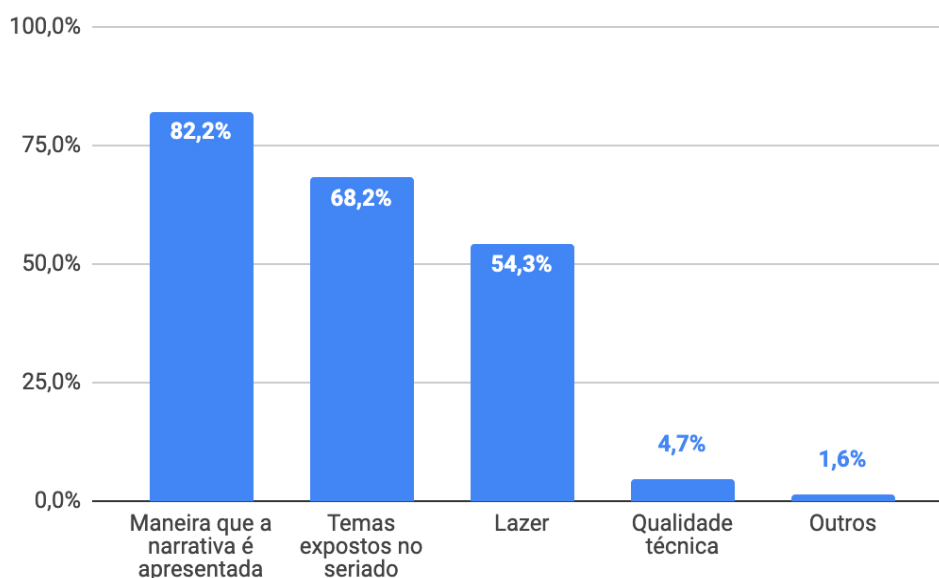
Após, foi questionado aos respondentes, por meio de uma pergunta semi-fechada, quais as motivações deles para assistir ao seriado. Aqui também poderia ser selecionado mais de uma alternativa e as três respostas que mais apareceram foram as que já estavam indicadas no questionário, tais quais: “Pela maneira que a narrativa é apresentada” (82,2%), “Temas expostos no seriado (humanidade, violência, imortalidade, questões filosóficas)” (68,2%) e “Lazer” (54,3%). A alternativa “Outros” não foi utilizada com tanta força e, assim como nas outras questões semi-fechadas, foi analisada por meio da técnica de análise de conteúdo. Apesar de não terem aparecido outros motivos com tanto peso, entende-se que eles foram interessantes e esses dados conversam com outros que já haviam surgido anteriormente. Alguns desses motivos envolviam “atores ou atuação”, “produtores”, “produção e efeitos”, fazendo parte, portanto, da classificação “qualidade técnica” aparecendo em 4,7% das respostas. Importante mencionar novamente que como a questão era semi-fechada, de certa forma induzia os respondentes a selecionar o que já estava proposto. Além disso, como estava no final do questionário, alguns respondentes poderiam estar cansados de acrescentar comentários. Portanto e relembando que “Qualidade técnica” apareceu diversas vezes em outras respostas, acredita-se que se estivesse sugerida em alguma das opções, provavelmente mais entrevistados selecionariam essa resposta.

Ademais, 1,6% dos comentários foram classificados como “Outros” por não aparecerem com tanto peso. Interessante destacar, contudo, que nessa última categoria, 3 respondentes (R95, R294 e R407) citaram como motivação o fato do seriado ser da HBO, indicando a credibilidade da emissora no nicho do entretenimento. No espaço disponibilizado para comentários gerais, R10 também cita o fato do programa ser da HBO uma motivação para assistir, principalmente porque confia na qualidade técnica das obras da emissora: “*Comecei a assistir por nutrir simpatia pelas séries da HBO por já conhecer outras obras do canal e buscar seriados no mesmo nível de qualidade. Acho que muitas pessoas que assistem à série buscam um tipo de narrativa específico que apenas canais de tv fechada têm liberdade para trazer*”.

Ainda com relação aos produtores do seriado se tornarem uma motivação para os telespectadores assistirem ao programa, foi apontado no segundo capítulo o valor e a importância que esses sujeitos têm no âmbito dos seriados, e que se eles já possuem credibilidade no meio, conseguem mobilizar o interesse do público para as suas outras obras, além de investimento para a realização delas (SILVA, 2014). A resposta da R94 na primeira questão aberta prova essa credibilidade dos produtores, afirmando que o motivo para reassistir

aos episódios é porque acompanha “*Jon Nolan há um tempo e [sabe] que ele e a Lisa Joy são cuidadosos com detalhes*”. Nesta pergunta semi-fechada (motivos para acompanhar o seriado), seis dos respondentes citaram pelo menos um dos produtores como motivação para acompanhar Westworld, como segue o exemplo de R137: “[...] *Cuidado dos criadores Jonathan Nolan e Lisa Joy com a série, além de considerar o Jonathan um grande roteirista devido aos seus trabalhos anteriores [...]*”. Além disso, a credibilidade dos produtores apareceu novamente no espaço para comentários gerais disponibilizado no instrumento. Podemos perceber isso nos dois casos que seguem: “*Dois coisas me motivaram a assistir Westworld: Jon Nolan [showrunner] & Anthony Hopkins [ator]. Indico assistirem Person of Interest, a primeira série do Nolan e que foi produzida pelo JJ Abrams [produtor executivo]*” (R134); “[...] *Já era Fã do Christopher Nolan [irmão de Jonathan Nolan] agora tendo oportunidade de conhecer o trabalho do seu irmão fiquei mais fã ainda da família Nolan*” (R253).

Gráfico 13. Motivos para acompanhar Westworld



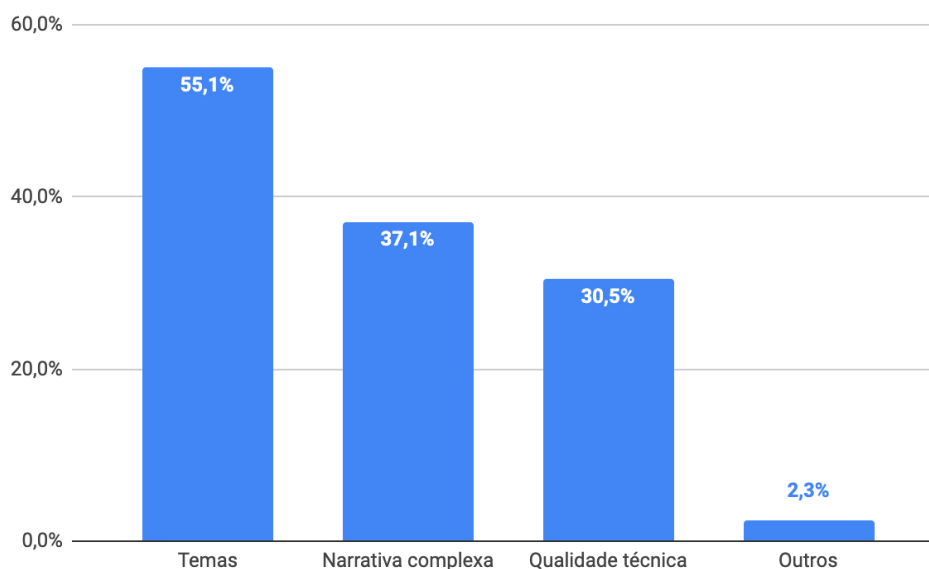
Fonte: elaboração da autora

Por fim, a última questão buscava entender o que mais chamava atenção dos telespectadores com relação ao seriado. A questão era aberta e para análise desse material foi realizada uma análise de conteúdo e categorizadas as respostas em três grandes grupos: “Temas apresentados pelo seriado”, “Narrativa complexa” e “Qualidade técnica”. A primeira se refere aos mais variados temas debatidos ou trazidos de forma implícita por Westworld e o próprio tema central do seriado – a história em si; a segunda se refere ao modo pelo qual a história é

apresentada, com as diferentes linhas temporais e a confusão que causam, levando em consideração, portanto, o conceito proposto por Mittell (2012); e a terceira engloba fotografia, direção, atuação, elenco, trilha sonora, roteiro, produção, personagens etc. Importante ressaltar que assim como nas outras questões abertas, uma resposta poderia dar conta de mais de uma categoria.

Ademais, em uma primeira análise do material coletado houve dúvida com relação a algumas respostas que falavam sobre o roteiro e/ou o modo pelo qual a história era contada – não sabendo, portanto, se deveria ser categorizada como “Narrativa complexa” ou “Qualidade técnica”. O padrão seguido, portanto, foi toda vez que o respondente mencionasse a maneira que a história é apresentada, a confusão que ela causa, etc., ou simplesmente falasse “narrativa” (como foram alguns casos), deveria se encaixar na primeira. Caso mencionasse o roteiro, junto com outros aspectos mais técnicos, seria categorizado como “Qualidade técnica”. Ademais, algumas vezes fez-se necessário utilizar as duas classificações. Posto isso, o que mais chama atenção dos telespectadores respondentes são os “Temas” (55,1%); seguido da “Narrativa complexa” (37,1%); e, por último, a “Qualidade técnica” (30,5%). Ademais, a categoria “Outros” foi utilizada para comentários muito vagos, aparecendo em 2,3% das respostas.

Gráfico 14. O que mais chama atenção no seriado



Fonte: elaboração da autora

Antes de ser abordado melhor as três categorias principais, é interessante trazer outros aspectos que chamam atenção do público. Nesse sentido, 2 respondentes teceram seus comentários com relação a originalidade, conforme segue: “*originalidade da temática*” (R427);

“[...] conteúdo único na TV” (R341). Além disso, no espaço reservado para comentários gerais, R41 comentou: “*Impressionante como consegue nos surpreender e ser extremamente original, além de muito bem executada. Principalmente na era dos remakes e reboots*”. Apesar de ter aparecido somente uma vez nessa questão, aqui outro respondente (R256) citou o fato da produção ser da HBO como algo que chamou sua atenção e o fez assistir ao seriado.

Em diversas respostas as três categorias principais se encaixavam, como foi o caso do R315, que respondeu: “*a questão filosófica que é a base da série em relação a inteligência artificial, as atuações, a cinematografia e o jeito de contarem a história fora de ordem revelando segredos aos poucos*”. Ademais, como já mencionado, a categoria “Temas” foi a que mais apareceu nas respostas, e a maioria das respostas que se enquadram nela trouxeram uma riqueza de informações com relação aos significados do seriado e as reflexões que causam nos telespectadores. As questões filosóficas trazidas por Westworld é um dos fatores que mais chamou atenção da audiência em questão. A resposta de R20 ilustra bem como isso se dá: “*a forma com que utiliza a filosofia de uma maneira que não fuja da história central da série, mas que está sempre presente sendo dito explicitamente através de monólogos ou indiretamente a percepção do telespectador*”. R9 também discorre a respeito disso, relacionando com a maneira pela qual Westworld se apresenta: “*a forma como induz às reflexões filosóficas através de uma narrativa complexa e bem amarrada*”. Além disso, a discussão acerca do “*que nos faz humanos?*” ou “*o que é ser humano/estar vivo*” (exemplos retirados de R154 e R159, respectivamente) apareceu bastante nas respostas, indicando ser um dos temas centrais, senão o tema central, que antecipa outras discussões.

Ademais, alguns telespectadores aprofundaram a questão “o que é ser humano?”, trazendo em discussão o comportamento que é mostrado em Westworld, isto é, “*como as pessoas se transformam ao saber que no parque podem fazer o que quiserem. Assim acabam mostrando suas frustrações, medos, desejos e até seu lado mais violento sem medo de serem julgadas*” (R198). Um telespectador afirmou ter começado a assistir ao seriado pelo viés do entretenimento, contudo, aos poucos percebeu a profundidade das questões debatidas. Nesse sentido, discorre:

[...] No decorrer da série se acaba percebendo que a história envolve temáticas complexas como a violência, a natureza humana, o ato de criar, religião, tecnologia, progresso. Temas tratados de um ponto de vista com certa profundidade e de um modo meio filosófico. Isso me chamou bastante atenção (R121).

Ainda com relação aos temas, R424 coloca que o que mais chama a sua atenção são “*os limites do que caracteriza uma vida/consciência humana e a diferença de algo robô/mecânico e como isso é arbitrário e pode ser subvertido*”. Nessa dicotomia entre humanos e robôs, R414

aponta a “*discussão sobre consciência e consequência, sobre a brutalidade humana e sobre a humanidade dos anfitriões*”; e R441 traz as questões “[...] *o que é a consciência? O que é o livre arbítrio? Os algoritmos poderão simular e prever todas as decisões humanas?*” como reflexões causadas após assistir ao seriado. Ainda, a própria dualidade entre o tema do parque da primeira temporada (faroeste) e a tecnologia das máquinas é outro aspecto que chama atenção de alguns respondentes, como apareceu na resposta do R112 e R271, por exemplo. Como já mencionado brevemente na fase da pesquisa documental, essas questões trazidas pelo seriado fazem os telespectadores refletir acerca do que é ser humano, já que muitas vezes os humanos têm comportamentos mais selvagens e violentos do que os robôs do parque. Desta maneira, para além da terceira via de acesso à ficção (que é a mediatização) exposta por Jost (2012), entende-se que *Westworld* também se enquadra na segunda via (universidade antropológica), pois traz aos telespectadores diversas questões com relação a humanidade.

Nesta categoria também pode-se perceber a capacidade do público de articular diferentes conhecimentos com o seriado, fazendo diversas relações. O que mais chamou atenção de R103 foi “*a reinterpretação de vários subtextos da religiosidade, psicanálise, literatura, cinema, história*”, colocando em prática, portanto, a “competência enciclopédica” exigida pelos leitores e, nesse caso, telespectadores (ECO, 1994). Isso porque *Westworld* traz muitas referências de outras obras já existentes²⁸, como ocorre com a frase “Esses prazeres violentos têm fins violentos” de *Romeu e Julieta* (Shakespeare) que aparece diversas vezes na primeira temporada; ou das próprias referências de que o personagem Ford seria uma espécie de Deus, por exemplo (ou, como R462 coloca, “*o complexo de Deus existente em Ford [...]*”). Essas referências que estão relacionadas com os saberes enciclopédicos exigidos dos telespectadores podem ser relacionadas também com o nível de conotação – significados gerados a partir do sentido literal de um signo e que remete aos sentidos associativos e mutáveis, conforme Hall (2003).

No entanto, os telespectadores não articulam apenas as referências acima citadas, relacionando também com tecnologias e jogos que já usamos, acreditando, portanto, que esse futuro distópico não esteja tão distante ou seja tão distópico assim: “[...] *vejo perfeitamente como poderia acontecer hoje em dia a situação de fazer algo sofrer em detrimento da diversão humana. Já é feito hoje em dia, de uma forma bem mais branda com The Sims*²⁹” (R175). Nesse sentido e conforme Martín-Barbero (2009), a relação entre *ritualidade* com o elemento

²⁸ Fonte: <https://www.comunidadeculturaearte.com/westworld-guia-completo-da-serie/>. Acesso em 10 de junho de 2019.

²⁹ Jogo que simula a vida real.

Competências de Recepção diz respeito também às vivências dos sujeitos receptores e como isso influencia nas trajetórias de leitura. Nesse sentido e tomando como ponto de partida que a produção do seriado provavelmente não estava pensando exatamente no exemplo de *The Sims* quando codificou a mensagem, entende-se que o respondente está operando no código negociado de Hall (2003), já que se baseia nas definições hegemônicas proposta pela produção do seriado a nível das grandes significações, mas faz suas regras a nível mais restrito. Assim, diferentes telespectadores podem fazer diferentes relações, levando em consideração um mesmo episódio. R153 também traz essa possibilidade de diversas leituras serem possíveis como algo que o encanta, conforme segue: “[...] a instigação de que o telespectador crie suas próprias teorias, é como se cada um assistisse a série de um jeito”.

“O fato de tu ver o episódio e ir entendendo aos poucos, ficando surpresa com o que acontece” (R17) corresponde a categoria “Narrativa complexa”. Além disso, a resposta de R13 dá conta e articula as duas categorias que mais apareceram (Temas e Narrativa complexa), conforme segue: “[...] me admira o modo como a estrutura da série é construída de modo a justamente comentar as questões e temas. A não linearidade da série não é despropositada. Essa decisão ajuda a trabalhar alguns elementos temáticos da série”. R96 também comenta acerca do jeito que “brincam com a mente do telespectador [...] E o modo de como eles brincam com as linhas do tempo”. Nesse sentido, essa categoria abarcou comentários sobre a confusão causada pelas diferentes linhas do tempo apresentadas. Levando em consideração que essa foi a motivação para assistir ao seriado que mais teve incidência, entende-se que a estética operacional chama bastante atenção do público. Percebe-se, portanto, que a produção do programa não tem medo de causar confusão nos espectadores, e esses se maravilham com a confusão causada pelo seriado, ao passo que buscam entender desconstruir a narrativa para entender as linhas temporais (MITTELL, 2012) e entender não somente o texto, mas o que faz parte da construção dele (MUNGIOLI, 2012).

Mittell (2012) ainda argumenta que as estratégias para contar a história muitas vezes são mais interessantes do que a história em si. No entanto, se for traçado um paralelo com as notas dadas e alguns comentários feitos a respeito da segunda temporada, e levado em consideração a importância que os temas têm para a trama, entende-se que a complexidade narrativa tem muita importância, mas não deixa de ser um recurso utilizado para contar a história. Isso porque notou-se pelas respostas que para além da maneira de contar a história, que é de forma complexa, existem assuntos muito complexos sendo trazidos à tona pelo programa e que são relevantes para os espectadores. Nesse sentido, a complexidade narrativa

que, sem dúvidas, tem papel fundamental para o sucesso de *Westworld*, não substitui a relevância das discussões e reflexões trazidas pelo seriado.

A última categoria, “Qualidade técnica” deu conta, portanto, de elogios aos personagens, atores, figurino, fotografia, direção, roteiro, edição, trilha sonora, efeitos visuais, criadores, produtores, e assim por diante. A importância dos aspectos técnicos da produção já foi abordada no resgate das críticas realizadas pelos veículos de comunicação e até mesmo em outras questões deste questionário (por que revê os episódios e motivos para acompanhar o seriado). Contudo, aqui foi o espaço em que houve maior incidência de comentários a respeito desse fator. Alguns exemplos de comentários com esse viés foram: “[...] *atuações primorosas, efeitos gráficos de qualidade*” (R248); “[...] *as atuações excelentes, a trilha sonora*” (R254); “*roteiro, o elenco e a fotografia*” (R247); “*a arte (fotografia e direção)*” (R156); “*qualidade da produção*” (R155); “*a produção como um todo, ótimas narrativas, atuações excelentes, fotografias incríveis, entre várias outras coisas*” (R490).

Nesse sentido, entende-se que a qualidade técnica é, sem dúvidas, um fator de extrema importância para o seriado e, apesar de ser o motivo com menor incidência comparado com os outros dois, ainda assim foi citado em 30,5% das respostas como um dos aspectos que mais chama atenção do público. Dito isso e lembrando que Jost (2012) considera que o fato de um programa ser aclamado deve-se mais ao ganho simbólico causado na audiência do que os procedimentos técnicos utilizados, podemos fazer um contraponto. Apesar do ganho simbólico se efetivar a partir da universidade antropológica (JOST, 2012) de *Westworld*, isto é, dos temas apresentados pelo programa, e eles terem muita relevância; a qualidade técnica e a complexidade narrativa (que deve-se aos esforços da produção, logo, está relacionada com a qualidade técnica) também são vistas como fatores a serem elogiados e aclamados pelo público, tendo, portanto, muita relevância e destaque para o grupo em questão.

4.4.3 Interpretação dos dados

Recapitulando o que fora tratado nos capítulos teóricos, a produção de *Westworld* (Lógicas de Produção) codifica e apresenta o seriado em diferentes linhas temporais por meio de aparatos técnicos (tecnicidade) e o disponibiliza na televisão ou em plataformas de vídeo sob demanda, mas o programa também pode ser visto por meio da pirataria, por exemplo (Formatos Industriais). É a partir desses FI que o público tem acesso ao seriado, o assistindo (ritualidade) (MARTÍN-BARBERO, 2009). A codificação é feita sem medo de causar mal-entendidos e para decodificar o programa e operar conforme o código preferencial ou negociado (HALL, 2003), compreendendo os sentidos expostos e captando as referências,

torna-se necessário rever episódios ou cenas e/ou acompanhar conteúdos complementares, sendo fundamental mais tempo e dedicação – práticas que se referem a mediação da ritualidade, conforme Martín-Barbero (2009). Além disso, leituras de segundo nível – que servem para entender o que a produção deseja dos telespectadores – (ECO, 1994) se fazem necessárias diversas vezes para captar as referências escondidas e detalhes que passam despercebidos em leituras de primeiro nível e a maneira pela qual elas serão efetivadas irá depender das Competências de Recepção dos sujeitos receptores, que conforme Martín-Barbero (2009) dizem respeito às vivências e conhecimentos do público receptor. Por fim, a ritualidade implica, algumas vezes, na socialidade operacionalizada pela tecnicidade, já que alguns telespectadores do programa interagem entre si por meio da *internet* (MARTÍN-BARBERO, 2009), colocando em prática, portanto, a cultura participativa por meio da convergência (JENKINS, 2009).

O consumo midiático se efetiva a partir das práticas de rever episódios, busca de materiais explicativos – muitas vezes por produtores de conteúdo do nicho, como Carol Moreira, *mikannn* e *Série Maníacos* – e pela interação com outros telespectadores. Não significa dizer, contudo, que todos os telespectadores exerçam as três práticas e nota-se que alguns hábitos podem substituir outros, como é o caso de acompanhar conteúdos explicativos e não precisar rever os episódios. Ainda, a decodificação do programa dificilmente irá ocorrer da maneira mais próxima que os produtores desejam se o telespectador consumir apenas o seriado, assistindo uma vez cada episódio e não procurando materiais explicativos. Portanto, para a decodificação se efetivar é necessário que o receptor se dedique ao seriado, exercitando de forma engajada pelo menos um dos hábitos de consumo apontados. Importante mencionar que, apesar de uma parte do público ter como hábito interagir com outros telespectadores, não ficou claro se essa interação auxilia na decodificação do seriado, sendo entendido, portanto, apenas como um hábito de consumo e não necessariamente uma das práticas que auxilia na decodificação.

Além disso e conforme mencionado no segundo capítulo, Jost (2012) diferencia duas maneiras de pensar as narrativas, sendo que uma se dá pela compreensão de como ela é construída e a outra por que se quer que ela seja contada. A primeira, portanto, se refere ao engajamento do público por conta da complexidade narrativa e seus mais diversos aspectos – como estética operacional (MITTELL, 2012), leitura de segundo nível (ECO, 1994), entre outros. E a segunda diz respeito aos temas centrais do seriado e as discussões que ele traz aos telespectadores com relação a humanidade, violência, dualidade entre homem e máquina, etc. Essas duas maneiras (narrativa complexa e temas) e a qualidade técnica são as que mais chamam atenção dos telespectadores com relação ao seriado, e estes sentidos só são produzidos

para os telespectadores, tendo em vista as práticas de consumo e os processos de decodificação do programa.

Ainda, é importante lembrar que conforme Silva (2014) aponta, o desenvolvimento das novas formas narrativas (dentre elas, a complexidade narrativa) tem relação com a televisão ter se tornado um espaço de qualidade artística, permitindo a singularidade de muitas séries nesse aspecto. Dessa maneira e conforme a relevância das três categorias para o seriado, pode-se pensar que a complexidade narrativa aqui vai além do que propõe Mittell (2012). *Westworld* traz questões reflexivas e complexas ao longo do seriado, com referências das mais diversas áreas, contando uma história densa. Complexifica essa história ainda mais pela maneira com que apresenta os fatos (isto é, com alterações cronológicas) e traz aspectos estilísticos que são mais comuns em filmes e não tanto em produções televisivas. Dada a complexidade do programa, não é de se surpreender que o telespectador-modelo – conforme o conceito de leitor-modelo de Eco (1994) – idealizado pela produção – levando em consideração a fala de Nolan exposta na fase da pesquisa documental – seja dedicado, engajado e articulado, similar ao que Canclini (2008) define como internauta.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na presente monografia, cujos hábitos de consumo dos telespectadores de *Westworld* eram a temática, abordou-se conceitos centrais como seriados e o mercado desse nicho, complexidade narrativa e o que culminou para o seu surgimento, processos comunicacionais (envolvendo o mapa das mediações e processos de decodificação), consumo midiático, e, de modo geral, as diferentes práticas e articulações das audiências. A fase empírica se efetivou a partir de pesquisa documental, questionário e análise de conteúdo e atendeu ao problema de pesquisa proposto, visto que foram identificados os hábitos de consumo e como se dá a decodificação de *Westworld* por parte do público.

A pesquisa documental precedeu as outras fases empíricas da monografia e teve duas funções: trazer materiais como notícias e críticas de veículos ou *blogs* voltados para o entretenimento e que serviram como um auxílio para explicar o programa; e encontrar espaços e canais no ambiente digital que permitissem a compreensão das práticas que envolvem a ritualidade e socialidade por parte dos telespectadores brasileiros (contextualizando também como isso ocorre fora do território nacional). Após, houve a aplicação do questionário com o público telespectador em questão e as respostas abertas foram analisadas por meio da técnica de análise de conteúdo. A partir do instrumento de pesquisa alcançou-se os objetivos específicos e, portanto, identificou-se os hábitos de consumo; investigou-se como a audiência decodifica o seriado; e foi possível entender o que mais chama atenção do público com relação ao seriado.

O número de respondentes foi uma surpresa para a pesquisadora, já que havia um receio de que o instrumento não alcançasse um grande público e/ou que não houvesse engajamento para responder. No entanto, com o auxílio dos produtores de conteúdo na divulgação, o questionário alcançou um número elevado de telespectadores do seriado que se engajaram e trouxeram comentários muito ricos, contribuindo com muitas informações para a pesquisa. Assim, conseguiu-se alcançar os objetivos – geral e específicos – da pesquisa.

Os hábitos de consumo, portanto, envolvem rever episódios, interagir com outros telespectadores e, principalmente, acompanhar conteúdos complementares ao seriado disponibilizados no ambiente digital. Levando em consideração os diferentes cruzamentos de dados obtidos pelo questionário e de maneira a resumir esses hábitos, sugeriu-se pensar no público a partir de três perfis: dependente (*a e b*), engajado (*a e b*) e independente. Com relação a decodificação, ela se efetiva a partir de dois hábitos de rever episódios e acompanhar materiais explicativos e complementares, sendo muito raro os telespectadores compreenderem o programa assistindo apenas uma vez e sem buscar conteúdos extras. Por fim, o que mais

chama atenção do público e que está relacionado com a produção de sentido efetivada após o processo de consumo e decodificação, são os temas apresentados no seriado, a complexidade narrativa – isto é, a maneira pela qual a narrativa é apresentada – e a qualidade técnica do programa. Nesse sentido, a pesquisa teve como viés o consumo midiático, mas demonstra alguns indícios que envolvem estudos de recepção.

Como as respostas do questionário trouxeram um grande volume de informações, a análise de conteúdo dos vídeos ao vivo dos produtores de conteúdo Carol Moreira, mikannn e Série Maníacos e sua interação com o público foi inviável de se realizar pelo tempo de trabalho que a pesquisadora precisou para analisar as respostas do instrumento de coleta de dados. Nesse sentido, fica como sugestão de continuidade deste trabalho compreender melhor as relações entre os produtores de conteúdo e o público telespectador do programa e de que forma eles auxiliam na compreensão do programa ou até mesmo influenciam a visão da audiência com relação ao seriado. Ademais, entende-se que seja necessário investigar melhor a respeito da interação entre os telespectadores, posto que não ficou claro qual é a grande motivação dessa interação, isto é, se esse é um fator que auxilia no processo de decodificação, se a troca de informações é no sentido de pensar em teorias, debater o programa no geral, etc. Por fim, acredita-se que seja possível adentrar mais na produção de sentido ocasionada por Westworld, sendo esse estudo um prévia para um estudo de recepção mais aprofundado.

No que se refere às práticas de consumo e ao engajamento dos telespectadores do seriado e levando em consideração o que fora trazido a respeito das mudanças tecnológicas, não há dúvidas que o cenário pelo qual estamos inseridos permitiu a criação do programa no formato de narrativa complexa. Isso porque ele demanda diversas articulações do público, sendo elas: que a audiência se organize como grupo, reveja episódios e recupere cronologias, produza conteúdo aprofundado a respeito do seriado, e que os telespectadores interajam entre si. Westworld não existiria, ou pelo menos não teria o sucesso que tem hoje, se fosse ao ar anteriormente, posto que a tecnologia permitiu que grupos com interesses em comum se organizem, mesmo que não estejam geograficamente juntos.

Tendo em vista a importância do entendimento das articulações dos públicos para o profissional de Relações Públicas e sabendo da relevância que possuem os seriados no cenário atual, esta monografia contribui para a área pois reflete acerca dos estudos de consumo e recepção, trazendo as reflexões dessa abordagem para o campo das Relações Públicas. Assim, a pesquisa investiga o engajamento da audiência no ambiente digital e como isso contribui para a produção de sentido proposta pela produção. O seriado direciona e coloca em pauta as discussões que deseja que o público discuta, afinal e com base em Eco (1994), os

telespectadores-modelo só conseguem desfrutar a liberdade que o seriado lhes concede; no entanto, o programa só existe no formato em que é exibido, pois sabe da possibilidade de engajamento e capacidade de organização dos públicos com interesses em comum.

REFERÊNCIAS

BANDEIRA, Ana Paula. **“Don’t tell me what I can’t do!”**: as práticas de consumo e participação dos fãs de Lost. 2009. 133 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social), Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Almedina, 2011.

CANCLINI, N. G. **Leitores, espectadores e internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

DUARTE, Jorge. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005

ECO, Umberto. **Seis Passeios pelos Bosques da Ficção**. São Paulo: Cia. das Letras, 1994.

Gerbase, Carlos. **A elipse como estratégia narrativa nos seriados de TV**. Significação: Revista De Cultura Audiovisual, 41(41), 37-56, 2014. Disponível em: <<https://doi.org/10.11606/issn.2316-7114.sig.2014.83420>>.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas S.A., 2008.

HALL, Stuart. **Codificação/decodificação**. Da diáspora: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003. p. 387-404.

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

_____. **Textual poachers**: Television fans and participatory culture. Londres: Routledge, 1992.

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

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; CASTILHO, Fernanda. **Recepção transmídia**: perspectivas teórico-metodológicas e audiências de ficção televisiva online. Galáxia (São

Paulo), São Paulo, n. 39, p. 39-52, set-dez., 2018,. Disponível em <<http://dx.doi.org/10.1590/1982-255435151>>.

_____. **Pesquisa em comunicação:** questões epistemológicas, teóricas e metodológicas. In: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. Intercom: São Paulo – Vol. XXVII, nº 1, jan/jun, 2004 (p. 13-39).

_____. et al. Transmediação, plataformas múltiplas, colaboratividade e criatividade na ficção televisiva brasileira. In: LOPES, M.I.V. et al (Org.). Ficção Televisiva no Brasil: temas e perspectivas. São Paulo: Ed. Globo, 2009.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MITTELL, Jason. **Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea.** Revista Matrizes (São Paulo, Online), Ano 5 – nº 2 jan./jun. 2012, p. 29-52. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38326/41181>>.

MONTEIRO, Tiago J. L. **Entre a Patologia e a Celebração:** a Questão do Fã em uma Perspectiva Histórica. Anais. XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Uerj, 5 a 9 de setembro de 2005. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0293-1.pdf>>.

MOTTER, Maria Lourdes; MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. Serialidade: o prazer de re-conhecer e pré-ver. Anais. XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UNB, 6 a 9 de setembro de 2006. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/12895613101841687758486373378452364370.pdf>>.

MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. PELEGRINI, Christian. **Narrativas Complexas na Ficção Televisiva.** In: Revista Contracampo, v. 26, n. 1, ed. abril, ano 2013. Niterói: Contracampo, 2013, p. 21-37.

_____. **Narrativas Complexas na Ficção Televisiva Brasileira.**
In: Anais. XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza, CE – 3 a 7/9/2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-0503-1.pdf>>.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. **La condición comunicacional contemporânea.** Desafios latino-americanos de la investigación de las interacciones en la sociedade red. In: JACKS, Nilda. (coord.ed.). **Analisis de recepción en América Latina: um recuento histórico com perspectivas al futuro.** Quito: CIESPAL, 2011.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

SACCOMORI, Camila. **Prática de binge-watching na Era Digital:** novas experiências de consumo de seriados em maratonas no Netflix. 2016. XX f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016. Disponível em: <<http://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/6726>>. Acesso em 5 de maio de 2019.

SILVA, Marcel Vieira Barreto. **Cultura das séries:** forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. Galaxia (São Paulo, Online), n. 27, p. 241-252, jun. 2014. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542014115810>>. Acesso em 3 de maio de 2019.

_____. **Entre a Quality TV e a complexidade narrativa.** In: BORGES, Gabriela; GOSCIOLA, Vicente; VIEIRA, Marcel (Orgs.). **Televisão: Formas audiovisuais de ficção e documentário.** Faro e São Paulo: Edições CIAC, 2015. pp.12- 37.

TOALDO, Mariângela Machado; JACKS, Nilda Aparecida. **Consumo midiático:** uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção. In: **Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, 22, 2013, Salvador, BA. Anais, Salvador: UFBA, 2013.

YIN, Robert K. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

APÊNDICES

APÊNDICE A - QUADRO COM POSTAGENS NO SUBREDDIT BRASIL

Título	Período	Quantidade de comentários	Link
Fiz um vídeo-ensaio sobre a última temporada de Westworld. O que vocês acharam?	10 meses atrás	1	https://www.reddit.com/r/brasil/comments/90h1bs/fiz_um_v%C3%ADdeoensaio_sobre_a_%C3%BAltima_temporada_de/
Westworld. Alguém aqui assiste?	11 meses atrás	39	https://www.reddit.com/r/brasil/comments/8trxva/westworld_algu%C3%A9m_aqui_assiste/
Westworld. "Até que enfim uma crítica plausível e sensata! " *** CUIDADO, CONTÉM SPOILERS ***	2 anos atrás	7	https://www.reddit.com/r/brasil/comments/5gt91h/westworld_at%C3%A9_que_enfim_uma_cr%C3%ADtica_plaus%C3%ADvel_e/
'westworld', chatona, é a decepção do ano. (Vocês concordam com essa crítica do G1?).	2 anos atrás	41	https://www.reddit.com/r/brasil/comments/5fy895/westworld_chatona_%C3%A9_a_decep%C3%A7%C3%A3o_do_ano_voc%C3%AAs/
Westworld: o que estão achando? O que esperam do season finale?	2 anos atrás	62	https://www.reddit.com/r/brasil/comments/5g2pcm/westworld_o_que_est%C3%A3o_achando_o_que_esperam_do/
Westworld: Alguém mais impressionado	2 anos atrás	10	https://www.reddit.com/r/brasil/comments/

com essa nova série da HBO?			s/55r7vh/westworld_algu%C3%A9m_mais_impressionado_com_essa_nova/
Pra quem assistiu Westworld...	2 anos atrás	3	https://www.reddit.com/r/brasil/comment/s/5gno0q/praque_massistiu_westworld/

Fonte: elaboração da autora.
Dados coletados em maio e junho de 2019.

APÊNDICE B - QUADRO - VÍDEOS CANAL CAROL MOREIRA

Vídeo	Data	Formato	Link	Visualizações	Produtores de conteúdo	Tempo Vídeo
1) WESTWORLD 5 MOTIVOS PRA VER	6/10/2016	Vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=BYdValY4Suk&index=18&list=PL0AHYOvtm6rocZ7Sq8rJ2P1wvY6xArHbs	199.915	Carol Moreira	10:31
2) WESTWORLD Quem é o Homem de Preto!? 1ª temporada	28/11/2016	Ao vivo	https://www.youtube.com/watch?v=xdIfGBL4TEM&list=PL0AHYOvtm6rocZ7Sq8rJ2P1wvY6xArHbs&index=17	68.627	Carol Moreira	43:41
3) WESTWORLD Entendendo a 1ª temporada em ordem cronológica!	9/12/2016	Vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=wJK5wBNtiU&index=16&list=PL0AHYOvtm6rocZ7Sq8rJ2P1wvY6xArHbs	310.887	Carol Moreira	47:48

			Ovtm6rocZ 7Sq8rJ2P1 wvY6xArH bs			
4) WESTWORLD CRÍTICA 1ª temporada feat Série Maníacos	14/12/2016	Vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=Sx3Vnkq6xYM&index=15&list=PL0AHYOvtm6rocZ7Sq8rJ2P1wvY6xArHbs	97.361	Carol Moreira e Série Maníacos	16:38
5) WESTWORLD Resumão da 1ª temporada!	18/4/2018	Vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=fofdpZ8G5SU&index=14&list=PL0AHYOvtm6rocZ7Sq8rJ2P1wvY6xArHbs	69.053	Carol Moreira, Série Maníacos e mikannn	9:14
6) WESTWORLD VOLTOU! S02E01	22/4/2018	Ao vivo	https://www.youtube.com/watch?v=Plf3m_aQd7g&index=11&list=PL0AHYOvtm6rocZ7Sq8rJ2P1wvY6xArHbs	87.712	Carol Moreira, Série Maníacos e mikannn	58:58
7) WESTWORLD CHEIO DE ESPLENDOR S02E02	30/4/2018	Ao vivo	https://www.youtube.com/watch?v=r_1QZY7wq28&index=10&list=PL0AHYOvtm6rocZ7Sq8rJ2P1	58.990	Série Maníacos e mikannn	54:37

			wvY6xArHbs			
8) WESTWORLD Virtù e Fortuna S02E03	7/5/2018	Ao vivo	https://www.youtube.com/watch?v=ehtn4vcTSo0&index=9&list=PL0AHYOvtm6rocZ7Sq8rJ2P1wvY6xArHbs	60.457	Carol Moreira, Série Maníacos e mikannn	1:36:41
9) WESTWORLD E VOVÔ DELOS S02E04	14/5/2018	Ao vivo	https://www.youtube.com/watch?v=bwR0NGDVJdo&index=7&list=PL0AHYOvtm6rocZ7Sq8rJ2P1wvY6xArHbs	59.604	Carol Moreira, Série Maníacos e mikannn	1:03:04
10) WESTWORLD BEM VINDO AO SHOGUN WORLD! S02E05	21/5/2018	Ao vivo	https://www.youtube.com/watch?v=f4-ZAs26hoA&list=PL0AHYOvtm6rocZ7Sq8rJ2P1wvY6xArHbs&index=6	52.461	Carol Moreira, Série Maníacos e mikannn	1:04:17
11) WESTWORLD e o segredo do Berço S02E06	28/5/2018	Ao vivo	https://www.youtube.com/watch?v=aofpShiXl18&list=PL0AHYOvtm6rocZ7Sq8rJ2P1wvY6xArHbs&index=5	58.354	Carol Moreira, Série Maníacos e mikannn	1:02:49
12)	4/6/2018	Ao vivo	https://www	58.028	Carol	1:13:30

WESTWORLD, o caos domina S02E07			w.youtube. com/watch? v=WFTOh qbJDEM&l ist=PL0AH YOvtm6roc Z7Sq8rJ2P 1wvY6xAr Hbs&index =4		Moreira, Série Maníacos e mikannn	
13) WESTWORLD S02E08 Leva meu coração! ♥	11/6/2018	Ao vivo	https://ww w.youtube. com/watch? v=ByK630 8nRoo&list =PL0AHY Ovtm6rocZ 7Sq8rJ2P1 wvY6xArH bs&index= 3	57.611	Série Maníacos e mikannn	1:11:46
14) WESTWORLD S02E09	18/6/2018	Ao vivo	https://ww w.youtube. com/watch? v=w3hr1Bc eyGQ&ind ex=2&list= PL0AHYO vtm6rocZ7 Sq8rJ2P1w vY6xArHb s	55.001	Carol Moreira, Série Maníacos e mikannn	1:16:02
15) WESTWORLD S02E10 Final de temporada!	25/6/2018	Ao vivo	https://ww w.youtube. com/watch? v=EkT_C3 CnKso&ind ex=1&list= PL0AHYO vtm6rocZ7 Sq8rJ2P1w vY6xArHb s	88.433	Carol Moreira, Série Maníacos e mikannn	1:44:40

Fonte: elaboração da autora.
Dados coletados em outubro de 2018.

APÊNDICE C - QUADRO - VÍDEOS CANAL MIKANNN

Vídeo	Data	Formato	Link	Visualizações	Produtores de conteúdo	Tempo Vídeo
1) WESTWORLD e GTA: tudo bem matar NPCs?	15/10/2016	Vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=PQ6WJZDz_2A	39.104	mikannn	12:22
2) WESTWORLD Review da primeira temporada (SEM SPOILERS)	12/12/2016	Vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=jY6y7ydCnak	36.601	mikannn	16:25
3) WESTWORLD O QUE VEM NA PRÓXIMA TEMPORADA?	7/3/2017	Vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=5xL_oDoGK1o	29.956	mikannn	10:31
4) WESTWORLD TEORIAS PARA A SEGUNDA TEMPORADA	20/4/2018	Vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=jVqEGRjBK54&t=2s	37.777	mikannn, Série Maníacos e Carol Moreira	21:59
5) A CENA MAIS IMPORTANTE DE WESTWORLD Entrevista com Rodrigo Santoro, o Hector!	8/5/2018	Vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=p0q7-4lwYvY&t=90s	35.055	mikannn	5:10

Fonte: elaboração da autora.
Dados coletados em outubro de 2018.

APÊNDICE C - QUADRO - VÍDEOS CANAL SÉRIE MANÍACOS

Vídeo	Data	Formato	Link	Visualizações	Produtores de conteúdo	Tempo Vídeo
1) SEGREDOS EXCLUSIVOS SOBRE WESTWORLD [Sem Spoilers] SM Play #22	28/9/2016	Vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=_gjEAqSKW-g	12.825	Série Maníacos	8:08
2) TEORIAS BIZARRAS DE WESTWORLD SM Play #26	26/10/2018	Vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=1QFRfLhc0d4	11.765	Série Maníacos	5:21
3) ENTENDENDO WESTWORLD feat Carol Moreira SM Play #34	16/12/2016	Vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=8VAmVhw4m0Q	50.888	Série Maníacos e Carol Moreira	19:40
4) WESTWORLD, THE HANDMAID'S TALE! Abril, o mês dos Série Maníacos SM Play #95	5/4/2018	Vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=9foL1Y6d7Pw	20.571	Série Maníacos	13:56
5) http://W/WESTWORLD , expectativas feat. Carol Moreira e Mikannn SM Play #97	20/4/2018	Vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=HlhpriwMI dk	27.144	Série Maníacos, Carol Moreira e mikannn	10:40
6) WESTWORLD, segredos da 2ª temporada feat. RODRIGO	8/5/2018	Vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=JcoZvC3Xo	27.817	Série Maníacos e mikannn	7:52

SANTORO \W/			Gk			
7) WESTWORLD é uma série complicada? \W/ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> SM Play #105	28/6/2018	Vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=EJ7yl7mkOOo	12.958	Série Maníacos	8:44

Fonte: elaboração da autora.
Dados coletados em outubro de 2018.

APÊNDICE D – QUESTIONÁRIO ONLINE

14/06/2019

Westworld

Westworld

Olá!

Me chamo Raquel Zandomenghi e sou estudante de Relações Públicas pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Decidi estudar na minha monografia - sob orientação da Prof. Dra. Mônica Pieniz - as relações do público com a narrativa complexa de Westworld, buscando entender o consumo do seriado e como os telespectadores se organizam e interagem no ambiente digital. Nesse sentido, esse questionário é um dos meus instrumentos de pesquisa.

Agradeço a todos e todas que puderem responder e informo que os dados serão coletados e utilizados somente para fins acadêmicos e o seu anonimato será preservado! :)

*Obrigatório

Perfil socioeconômico

1. Selecione sua faixa etária *

Marcar apenas uma oval.

- Até 17 anos
- 18 a 21 anos
- 22 a 25 anos
- 26 a 29 anos
- 30 a 33 anos
- 34 a 36 anos
- 37 a 39 anos
- 40 anos ou mais

2. Com qual gênero você se identifica? *

Marcar apenas uma oval.

- Feminino
- Masculino
- Prefiro não responder

3. Selecione sua faixa de renda familiar *

Marcar apenas uma oval.

- Até 2 salários mínimos
- 2 a 4 salários mínimos
- 4 a 10 salários mínimos
- 10 a 20 salários mínimos
- Acima de 20 salários mínimos
- Prefiro não responder

4. Nos informe sobre a sua ocupação *

Hábitos de consumo I

5. Você começou a assistir Westworld no ano de: *

Marcar apenas uma oval.

- 2016
 2017
 2018
 2019

6. Assistiu a quais episódios? Caso tenha assistido a somente alguns episódios, por favor informe em "Outros" quais você assistiu. *

Marcar apenas uma oval.

- Todos os episódios da primeira temporada
 Todos os episódios da segunda temporada
 Todos os episódios da primeira e da segunda temporada
 Outro: _____

7. Você assiste aos episódios *

Marcar apenas uma oval.

- No horário que a HBO transmite (domingo, 22h)
 Após terem sido transmitidos pela HBO

8. Por onde assiste o seriado? *

Marcar apenas uma oval.

- HBO (televisão)
 HBO GO
 Outro: _____

9. Você assiste aos episódios mais de uma vez? *

Marcar apenas uma oval.

- Sempre
 Quase sempre
 Às vezes
 Raramente
 Nunca *Ir para a pergunta 11.*

Hábitos de Consumo I*

10. Comente aqui em qual ou quais situações e/ou por qual ou quais motivos você assistiu novamente um ou mais episódios. *

Hábitos de consumo II

11. **Você costuma assistir a vídeos explicativos ou buscar conteúdos explicativos na internet sobre Westworld? ***

Marcar apenas uma oval.

- Sempre
- Quase sempre
- Às vezes
- Raramente
- Nunca

12. **Você costuma buscar esse tipo de conteúdo: ***

Marque todas que se aplicam.

- Após assistir cada episódio
- Após assistir a episódios específicos
- No final de cada temporada
- Não costumo buscar esse tipo de conteúdo
- Outro: _____

13. **Na sua percepção, é possível compreender o seriado sem buscar conteúdos explicativos em espaços colaborativos? ***

Marcar apenas uma oval.

- Sempre
- Quase sempre
- Às vezes
- Raramente
- Nunca

14. **Você busca os canais oficiais de Westworld para encontrar informações referentes ao seriado? Se sim, quais? ***

Marque todas que se aplicam.

- Twitter - www.twitter.com/WestworldHBO
- Facebook - www.facebook.com/WestworldHBO
- Site da HBO - www.hbo.com/westworld
- Sites fictícios da Delos
- Não busco os canais oficiais de Westworld
- Outro: _____

15. **Você acessa espaços para interagir com outros telespectadores de Westworld e trocar conhecimento? Se sim, quais? ***

Marque todas que se aplicam.

- Grupo no Facebook
- Grupo no Whatsapp
- Comentários de vídeos referentes ao assunto
- Não costumo acessar esses espaços
- Outro: _____

Percepção sobre o seriado

16. **Numa escala de 0 a 10, qual nota você daria para a primeira temporada? ***

Marcar apenas uma oval.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10
- Não assisti a primeira temporada

17. **Numa escala de 0 a 10, qual nota você daria para a segunda temporada? ***

Marcar apenas uma oval.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10
- Não assisti a segunda temporada

18. Selecione um ou mais motivos que te motivam a assistir Westworld *

Marque todas que se aplicam.

- Lazer
- Temas expostos no seriado (humanidade, violência, imortalidade, questões filosóficas)
- Pela maneira que a narrativa é apresentada
- Outro: _____

19. O que mais chama a sua atenção no seriado? *

20. Caso queira comentar mais alguma coisa, utilize esse espaço :)
