

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE  
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO  
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO

LIHEMM A. P. FARAH LEÃO

***Quality drama e televisualidade na HBO:***  
uma análise de *Família Soprano* e *Filhos do Carnaval*

Niterói, 2017

**Ficha Catalográfica elaborada pela Biblioteca Central do Gragoatá**

L437 Leão, L. A. P. Farah.

Quality drama e televisualidade na HBO: uma análise de Família Soprano e Filhos do Carnaval / L. A. P. Farah Leão. – 2017.  
131 f. ; il.

Orientador: Felipe de Castro Muanis.

Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense. Departamento de Estudos Culturais e Mídia, 2017.

Bibliografia: f. 129-131.

1. Imagem. 2. Televisualidade. 2. HBO Brasil. 3. Ficção televisiva.  
I. Muanis, Felipe de Castro. II. Universidade Federal Fluminense.  
Departamento de Estudos Culturais e Mídia. III. Título.

Lihemm A. P. Farah Leão

*QUALITY DRAMA E TELEVISUALIDADE NA HBO:  
UMA ANÁLISE DE FAMÍLIA SOPRANO E FILHOS DO CARNAVAL*

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Comunicação. Linha de Pesquisa: Estudo do Cinema e do Audiovisual.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Felipe de Castro Muanis - Orientador

---

Prof. Dr. Fernando Morais da Costa  
Universidade Federal Fluminense

---

Professora Dra. Tatiana Siciliano  
PUC-Rio

À minha família, de sangue, de arte, de afeto e de luta.

## Agradecimentos

Agradeço incondicionalmente a Felipe Muanis, pela orientação amiga, firme, paciente e sensível. Foram inúmeras conversas pessoal e virtualmente, sempre propositivas e assertivas em apontar caminhos, formas de organização e planejamento dessa atribulada vida acadêmica. Ainda, agradeço imensamente pela possibilidade de me aventurar no campo das teorias da televisão, tendo a oportunidade de estabelecer diálogo direto com uma bibliografia tão afim e pertinente para a minha pesquisa. Que a amizade, as trocas acadêmicas e profissionais não parem por aqui.

À minha família, sempre compreensiva e generosa com as minhas necessárias ausências, os horários alternativos, a culinária experimental e tantos outros hábitos pouco comuns que acompanharam a minha rotina de pesquisa. Aos meus pais Randal Farah e Luciana Araujo, porque eles têm nome artístico e por abraçarem os meus processos de perto, mas sempre respeitando a minha autonomia de pensamento e ação. Aos meus irmãos Juan, Rafic, Lorryne e Raslam por preencherem os meus dias com o afeto mais genuíno e belo que há no mundo todo; às minhas primas, que também são irmãs, Renata Farah, Emilly Farah e Zuleide Farah, por serem parceiras inabaláveis, em tudo o que me proponho a fazer. Aos meus avós Marbube Farah e Rubens Leão, que não se cansam de praticar o amor e a alegria que nos move; à minha avó Nete, por representar nela toda a força da natureza, e sem a pretensão de fazê-lo, que me inspira no seu bom humor e na sua energia. A Robson Farah, que é sempre amigo, íntimo, próximo, leve, sem deixar de ser tio e apoiador incondicional e apaixonado. A Simone, por todo o cuidado, toda a delicadeza no afeto, no apoio, e nas palavras certas nas horas exatas, seja nas pequenas felicidades cotidianas ou nos momentos mais difíceis e duros.

Agradeço também a Matheus Meireles, amigo de infância instantâneo, namorado, revisor de texto, irmão, *sous-chef*, barista particular, companheiro e muso inspirador; é muito a agradecer e tanto mais a compartilhar. Ainda não é o bastante, mas, por ora, obrigada pelo que foi, e por tudo que ainda será.

A Mariana Ramos e Renata Spitz agradeço pela companhia, pelos cafés, pela amizade, pela parceria e ajuda na pesquisa, na docência, nos jobs, nos roteiros, nos futuros chás de bebê, nos sábados góticos e nas franquias *slashers* adolescentes. Obrigada por ser a melhor inspiração *gal-power* de todos os dias.

A Karim Venturim, por brilhar oitentista nas nossas tardes regadas a cafeína, *mullets*, *banoffee* e escrita criativa, sem deixar de resistir bravamente a páginas e páginas de revisão amiga. Nem todo mundo tem como amigo de alma um mago cheio de sabedoria e afetos felizes. Sou uma felizarda.

Ao amigo Massa, que longe ou perto sempre participou de cada processo meu, desde o fatídico ano de 2009; esse ano cabalístico que me presenteou com (mais) um irmão extremamente ranzinza e generoso na troca.

Aos meus alunos, agradeço por cada comentário, cada troca, cada piloto de série analisado em conjunto. Foi uma experiência nova e única, cujo processo foi fundamental na estruturação desta pesquisa.

Agradeço também à Universidade Federal Fluminense, que há anos tem sido minha segunda casa, e vem moldando tantas escolhas, caminhos e trocas, pessoais e acadêmicas.

Agradeço à coordenação do PPGCOM, em especial ao coordenador Marco Roxo e demais colegas, sempre solícitos no sentido da minha recuperação diante de problemas de saúde que constituíram um dos momentos mais difíceis da minha vida. Obrigada pela compreensão e pelo carinho.

Agradeço também aos colegas e professores do PPGCOM-UFF que acompanharam este percurso em toda a sua extensão, e que tanto contribuíram e ajudaram nas leituras, na bibliografia, nas discussões que muito enriqueceram a minha vivência acadêmica, minha pesquisa. Um agradecimento à professora Mariana Baltar que contribui e enriqueceu o trabalho na banca de qualificação.

Agradeço imensamente aos professores que compuseram a minha banca de defesa, Tatiana Siciliano, Fernando Morais, que também agregou muito ao trabalho durante todo o mestrado, incluindo a banca de qualificação, e aos suplentes Vera Lúcia Follain de Figueiredo e Maurício de Bragança. Obrigada por tornarem este encerramento possível e generoso.

Um agradecimento especial aos colegas do Grupo de Pesquisa ENTELAS: Grupo de Pesquisa em Televisão, Imagem, Teoria e Recepção, por sempre compartilharem informações e debates pertinentes a esse trabalho, dentro e fora dos muros da universidade.

Agradeço à minha médica, Dra. Lina Nunes Gomes, pelo enorme suporte, carinho e trabalho conjunto no sentido da minha saúde e de viabilizar a conclusão deste trabalho.

Por fim, agradeço à CAPES pela ajuda durante toda trajetória e por possibilitar essa pesquisa que tem sido moldada não somente pelas intensas leituras, investigações e trocas acadêmicas, tão fundamentais para seu desenvolvimento, mas pela possibilidade de encontros generosos nos diálogos, afetos felizes nos gestos, calma consciente nos tropeços e abraços cheios de mundo. Então, deixo aqui o meu melhor obrigada!

## **Resumo**

Este trabalho visa discutir a imagem televisiva e suas potencialidades, pautando sua análise no conceito de televisualidade proposto por James Thornton Caldwell (1995), que vai direcionar para a virada imagética de W. J. T. Mitchell (1995). Esses são conceitos norteadores da pesquisa, que pretende estabelecer uma análise sobre a transformação pela qual a estética televisiva vai passar a partir da neotelevisão até o crescimento das produções de dramas seriados de uma hora, no fim da década de 1990, quando eles ressurgem como conteúdo “autoral” na TV, tendo o canal HBO como grande exemplo dessas transformações a partir do seu “quality drama”, conceito desenvolvido por Jane Feuer (2007). Esta análise se debruçará sobre os elementos formais constitutivos de uma linguagem televisual que busca uma espetatorialidade mais imersiva e um texto estruturado através de formatos específicos, e o fará através de duas séries dramáticas da HBO, “Família Soprano”, de David Chase, e “Filhos do Carnaval”, de Cao Hamburger.

**Palavras-chave:** Imagem; televisualidade; HBO; ficção televisiva.

## **Abstract**

This work aims to discuss the television image and its potential, basing his analysis on the concept of televisuality proposed by James Thornton Caldwell (1995), associated with the pictorial turn of W. J. T. Mitchell (1995). These are guiding concepts for this present research, which aims to establish an analysis of the transformation by which the television aesthetics will pass from the neotelevision to the growth of the productions one-hour drama, at the end the decade of 1990, when they resurface authorship on TV, having the HBO as great example of these transformations expressed on its “quality drama”, concept discussed by Jane Feuer (2007). This analysis is based on the formal elements constituting a televisual language that seeks for a more immersive spectatorship, and a more a structured text through specific formats, and through two dramatic series on HBO, "The Sopranos", by David Chase, and "Sons of Carnival" by Cao Hamburger.

Keywords: Image; televisuality; HBO; immersion; TV shows.

## Índice de Imagens

Figura 1 - .....	64
Figura 2 - .....	73
Figura 3 - .....	91
Figura 4 - .....	93
Figura 5 - .....	98
Figura 6 - .....	98
Figura 7- .....	99
Figura 8- .....	99
Figura 9- .....	103
Figura 10 - .....	103
Figura 11 - .....	103
Figura 12 - .....	103
Figura 13 - .....	106
Figura 14 - .....	107
Figura 15 - .....	111
Figura 16 - .....	112
Figura 17 - .....	115
Figura 18 - .....	115
Figura 19 - .....	115

## Sumário

<b>Introdução</b> .....	10
<b>CAPÍTULO I:</b>	
<b>HBO: A TELEVISUALIDADE NA FICÇÃO SERIADA</b> .....	<b>20</b>
1.1 HBO: Segmentação de público e a política de programação original em dramaturgia .....	26
1.2 A narrativa HBO e o “quality drama” .....	36
1.3 “TV de qualidade” na HBO e gênero televisivo.....	39
1.4. HBO Latin America E HBO Brasil: Desdobramentos Na TV Segmentada Brasileira.....	48
<b>CAPÍTULO II:</b>	
<b>Televisualidade, Temporalidades E Estratégias Estilísticas</b> .....	<b>53</b>
2.1. Televisualidade: do conceito ao contexto das séries na TV paga .....	62
2.1.2. Virada Imagética .....	69
2.1.3. Imersão através de som e imagem.....	72
2.3 Texto e Audiência.....	78
<b>CAPÍTULO III:</b>	
<b>Análise Televisual de “Família Soprano” e “Filhos do Carnaval”</b> .....	<b>86</b>
3.1 – <i>Família Soprano</i> e as estratégias textuais do drama televisivo.....	87
3.2 <i>Família Soprano</i> : Autoria, maximização do estilo e apelo televisual.....	92
3.3 Atmosfera Sonora na televisualidade de <i>Família Soprano</i> .....	98
3.4 – O drama seriado no Brasil através de <i>Filhos do Carnaval</i> .....	101
3.5 <i>Filhos do Carnaval</i> : Atmosfera Plástica, Leitura Visual e Imersão.....	106
3.6 Aspectos da Imersão sonora em <i>Filhos do Carnaval</i> .....	111
3.7 Polisssemia do Hiper-real: Componentes de um hiper-realismo através do som de <i>Filhos do Carnaval</i> .....	114
3.7.1 Voz .....	115
3.7.2 Efeitos Sonoros.....	116
Considerações finais .....	119
Referências Bibliográficas .....	124

## Introdução

Esta dissertação de mestrado partiu de premissas e teorias referentes à linguagem de televisão para chegar ao seu objeto, que é a ficção seriada televisiva de 60 minutos. O objetivo inicial é fundamentar a TV através de teorias e estudos da televisão a fim de orientar a análise do conteúdo formal dos programas.

Ao longo da história da televisão ocorreram transformações que vão desde a constituição da *grade de programação* ao movimento da espetatorialidade. Desse modo, o que na televisão a fundamenta enquanto *meio* ou enquanto *texto*<sup>1</sup> consiste muito mais em um fenômeno atravessado por fricções, mediações e tendências de gênero e estética do que por definições e categorias fechadas. Configura-se, portanto, um meio em constante mudança que precisa ser entendido como tal para que seja possível um processo analítico mais profundo.

Por conseguinte, é pertinente entender tais movimentos de mediações enquanto projetos sócio-históricos e estilísticos próprios à dinâmica da cultura. Essas elaborações associativas se estruturam por um processo que se volta para as teorias sobre e para a televisão, e não somente no âmbito do texto televisivo; ainda que o objetivo final aqui proposto seja a análise de programas a partir das teorias escolhidas.

Assim, a relação não se limita a um lugar entre estéticas, gêneros e formatos<sup>2</sup>, mas compreende a espetatorialidade televisiva como um campo inter-relacional. Ou seja, ela perpassa procedimentos nos quais o público também é problematizado dentro da dinâmica da cultura; o que em certa medida supera algumas teorias da comunicação que sugerem ou afirmam “massa” como um bloco homogêneo e passivo. Dessa maneira, a leitura ou recepção das imagens e sons que compõem o texto oriundo da televisão é apreendida a partir de um espaço de trocas, para assim conduzir a análise de suas transformações estilísticas, foco dessa pesquisa.

As modificações na forma e aparência da ficção televisiva são prementes no encaminhamento deste trabalho, tanto no tocante às teorias e conceitos que estruturam a

---

<sup>1</sup> Texto aqui mais intrinsecamente relacionado ao conteúdo do programa e suas construções retóricas.

<sup>2</sup> A palavra formato, neste trabalho, não está sendo utilizada exatamente na acepção do Mercado, em que o um formato é um programa ou estrutura de programa a ser vendido e replicado em outros países, com leves adaptações, para audiências distintas. Há inúmeros casos de formatos a partir deste uso do termo. Big Brother, CQC, Betty, a Feia e Sessão de Terapia são casos que ilustram essa definição. Porém, o uso de formato aqui vem associado ao uso de gênero televisivo. O formato, nesta outra acepção, auxilia no estabelecimento dos gêneros televisivos, podendo assim mesclá-los e formar novos gêneros, novos programas, a partir de seus elementos. Ele identifica a forma e também o tipo de produção de um gênero.

análise como na construção metodológica que se dá no desenvolvimento desta dissertação, que desenha o seu *corpus*. A televisão e seu conteúdo vêm passando por diversas *viradas estilísticas*, sendo que uma delas coloca o *estilo*<sup>3</sup> como um dos sujeitos da televisão, fundamentando a própria linguagem televisiva em sua ênfase imagética.

Tal transformação data aproximadamente do final dos anos 1970 para a década de 1980 e compõe o que James Caldwell (1995) definiu por *televisualidade*, ou *televisão-estilo*, que será esmiuçada no desdobrar no primeiro capítulo. Ainda, a fim de compreender a transformação visual da televisão, esta pesquisa analisa o mote teórico introduzido pela televisualidade costurada em parte pela *virada imagética*, de W. J. T. Mitchell (1994), para tratar de uma *virada televisual* que foi impulsionada em muito pelo grande apelo da dramaturgia televisiva estadunidense. Há aqui uma associação entre os dois conceitos que se dará de modo a embasar a análise de programas de ficção seriada do gênero *drama*, para inicialmente compreender o caminho percorrido até se chegar ao reestabelecimento do gênero televisivo em termos de formato e linguagem, que data do final dos anos 1990 em diante.

Dessa forma, os dois autores trazem discussões que, para este trabalho, estão relacionadas. Mitchell levanta o conceito de *virada imagética* para tratar da dinâmica em que se estabelece um discurso visual nos textos e objetos analisados e que este começa a se distanciar da dependência a um discurso textual. Já Caldwell aborda um momento de afirmação visual e estilística na televisão e traz à luz um conceito que representaria sua transformação, através da *televisualidade*. O segundo autor discute o momento em que a televisão transforma sua imagem e passa a assumir características próprias, o que ele define como *televisão-estilo*. Esse é um conceito importante uma vez que define todo um movimento de estilização da aparência televisiva através da estética cinematográfica, da imagem com contraste e profundidade, da iluminação menos homogênea e da exuberância formal, em detrimento a uma imagem plana, sem profundidade, sombras e enquadramentos limitados, o que constituiria o oposto, a televisão de *intensidade zero*. (CALDWELL, 1995).

Esse é um momento em que a TV põe a ênfase no exibicionismo, na estética e em técnicas e modos de produção diferentes do que, então, eram os *modus operandi* da televisão.

---

<sup>3</sup> Estilo é um termo recorrentemente utilizado para tratar de imagem, aqui, ele será relacionado ao estilo televisual, aprofundado por Caldwell (1995) para tratar de televisualidade. No entanto, ele será ainda relacionado nesta dissertação não só ao estilo visual, mas à imagem, som e texto como componentes da televisualidade; conceito que será aprofundado no decorrer deste trabalho.

A oposição que antecede a *televisão-excesso*<sup>4</sup> é definida como televisão de *intensidade zero*, conceito também estabelecido por Caldwell para tratar de uma imagem televisiva menos exuberante visualmente. Pelo contrário, ela é caracterizada justamente pelo escasso refinamento imagético, pela pouca profundidade e pela homogeneização visual.

Dito isso, a mudança na aparência e a visualidade da TV define uma *televisualidade* e, conseqüentemente, seu texto e a forma como o espectador vai se relacionar com ela. Assim, é importante aqui compreender a diferença entre dois momentos da televisão, que serão conceitos fundamentais ao longo da discussão que este trabalho propõe; ainda que eles não sejam entendidos como uma evolução, mas a partir da porosidade que se dá entre seus parâmetros e convenções. Primeiramente, é preciso entender o período e a produção que constituem o que Umberto Eco (1984) chamou de paleotelevisão, conceito que foi aprofundado por Francesco Casetti e Roger Odin (2012)<sup>5</sup>. Este constitui um período em que a TV tinha um caráter notavelmente pedagógico, marcado pelo dirigismo da grade e dos programas e pela verticalização da comunicação com o espectador – a televisão assume um papel de "professor" em um cenário em que os espectadores seriam *alunos*.

Com outra abordagem, a *neotelevisão* coloca em primeiro plano a interação com o espectador e a comunicação direcionada. A opinião do espectador e sua participação são de extrema importância e passam a compor as pautas dos programas. As TVs começam as pesquisas de audiência e a intervenção do espectador chega a influenciar o conteúdo de algumas narrativas seriadas. É o caso das cartas dos fãs enviadas às emissoras em que estes opinam sobre seus personagens favoritos e suas expectativas, proporcionando a incorporação de mudanças às tramas seriadas mais abertas.<sup>6</sup> Deixa-se de “formar” um espectador e passa-se a estabelecer com ele uma troca, uma relação de proximidade que evoca as conversas de sala de estar e o âmbito da intimidade doméstica.

---

<sup>4</sup> O termo também se refere à *televisão-estilo*, através de distinções elaboradas por John Thornton Caldwell em *Televisuality: style, crisis, and authority in American Television*. Felipe Muanis, em diversas publicações com as quais essa dissertação dialoga e que serão adiante mencionadas, também utiliza as definições de Caldwell com essa proposta de tradução à língua portuguesa, dos termos *televisualidade*, *televisão intensidade-zero*, *televisão-estilo* e *televisão-excesso*, nas quais este artigo também se baseia uma vez que não há publicações da Obra de Caldwell para o português.

<sup>5</sup> O artigo de Francesco Casetti e Roger Odin publicaram o artigo originalmente na revista *Communications: Television Mutations*, n.51, p.9-26, 1990. O artigo foi traduzido do francês para o português em 2012 pela revista *Ciberlegenda*.

<sup>6</sup> Esse é um efeito mais comum em narrativas serializadas mais longas, como as *Soap Operas*, ou uma vez que as séries tenham um arco de temporadas mais fechados.

Há em certa medida uma divisão metodológica entre as teorias de paleo e neotelevisão (CASSETTI e ODIN, 2012) e as teorias de Caldwell (1995). Como o foco deste trabalho são as questões que motivaram e costuraram as transformações de linguagem das séries dramáticas da TV paga no Brasil e nos Estados Unidos, e não muito sua relação com público e audiência, elas corroboram juntas uma metodologia de análise. Mas, para que não haja indução a uma má compreensão das mesmas, cabe dizer inicialmente que Eco (1987), Casetti e Odin (2012) falavam de uma mudança de paleo para neo TV em um contexto europeu de uma tv pública construída a partir de um sistema monopolista que acabou se tornando uma TV também privada e multicanal. Já Caldwell (1995) fala de televisualidade à partir do contexto dos EUA, da crise da televisão no final dos anos 1970.

Essa é uma distinção necessária, porque apesar de situações contextuais distintas entre a TV dos EUA e a TV europeia, há uma clara correspondência entre elas, mas cuja relação não é explícita pelos autores. Ou seja, este trabalho tenciona explicitar essas características comuns apontadas pelos autores a partir dos cases escolhidos para análise, não deixando de levar em consideração que se tratam de teorias anteriormente pautadas em cases de continentes e televisiografias diferentes. Há nessas teorias, contudo, uma proximidade e um diálogo e, por isso, elas podem ser pensadas em conjunto, uma vez que houve uma transição na mesma época, em muitas televisiografias, independente do contexto da televisão nos países ser diferente, como foi.

Para fins metodológicos, a análise desta dissertação será feita a partir do canal de televisão por assinatura HBO (Home Box Office), que surgiu em 1972 nos Estados Unidos. A escolha se deve ao tipo de enquadramento formal que o canal demonstra em relação à *televisão estilo* aqui reiterada, esta como a epígrafe da imagem cinematográfica. O traço se soma ao fato de o canal afirmar sua marca e estilização enquanto grande expoente no que diz respeito a investimento em programação original, especificamente no drama seriado de uma hora de duração. O drama televisivo tem sido responsável pelas grandes transformações formais na televisão estadunidense<sup>7</sup>, que é a TV que exporta formatos e gêneros televisivos de

---

<sup>7</sup> Acontece no final dos anos 1940 para os 1950, o que é tratado pelos críticos como a primeira “Era de Ouro da Televisão” americana. Já a segunda “era dourada” se dá em meandros do final da década de 1970 para o princípio dos anos 1980. E, então, os anos 2000 (ou a terceira “Era de Ouro” da TV) consolidam processos que, para a discussão de virada televisual que ainda será aprofundada, são melhor apreendidos quando discutidos a respeito dessa relação entre originalidade e estilo. Essas definições serão melhor elaboradas na historiografia da televisão estadunidense, no segundo capítulo. Mas, elas costumam vir associadas aos estudos de gêneros televisivos. Ver CREEBER, Glen. *The Television Genre Book*. BFI, 2001.

ficção para o mundo. Desse modo, sua linguagem e estética também conduz a escolha do objeto a ser aqui analisado.

Nesse ínterim, foi uma bibliografia voltada para os estudos de teoria da televisão, além da busca por um recorte que contemple a análise necessária a fim de inter-relacionar esses diferentes componentes, que orientou a escolha pela HBO. Aqui, parte da escolha se deve ao fato da HBO produzir séries no Brasil desde 2005 e isso possibilitar à pesquisa analisar comparativamente como o mesmo canal opera a televisualidade e a serialização em duas televisiografias, a estadunidense e a brasileira. Outros canais internacionais já começam a oferecer essa possibilidade de análise no Brasil, mas há pouco tempo e com uma oferta mais limitada de cases.

Nesse ínterim, a seleção pelo canal se deve tanto ao fato de ele ter começado um movimento de aposta em programação original nos anos 1990 que também modificou a estética do drama seriado da TV paga, quanto ao fato de ser um interessante estudo de caso no que diz respeito ao conceito de *televisualidade* já mencionado.

O recente modelo de serialização dramática é muito caracterizado pela imagem cinemática e pelas singularidades do texto e da autoria. E, ainda que ele tenha difundido terminologias como *quality drama*<sup>8</sup>, só foi possível na cronologia da ficção televisiva porque integra os desdobramentos de uma intensa transformação estética que data aproximadamente de duas décadas antes.

Nos anos 1980, séries como *Hill Street Blues (1981-1987)* e *Miami Vice (1984-1990)* já reformulavam formatos, repensavam os arcos de temporada na grade de programação e resignificavam o gênero televisivo para outros modelos comunicacionais. Estes foram destinados a públicos mais segmentados, na medida em que buscava uma audiência com identidades específicas, dinâmicas culturais de nicho, menos generalistas, mas ainda situadas próximas da vivência doméstica do espectador. A este respeito, a adequação do formato dos programas ao tipo de audiência ainda será aprofundada no decorrer deste trabalho.

---

<sup>8</sup> O *quality drama*, segundo Jane Feuer (2007), na verdade não é datado desse período da televisão, mas do fortalecimento do drama seriado de narrativa fechada nos anos 1950, nos EUA. A autora também se refere à Quality TV com referência às comédias e dramas dos anos 1970 e 1980 do canal MTM. Ainda, a HBO insiste no intento de se distanciar da terminologia, para se afirmar enquanto um canal que produz uma dramaturgia *not-TV*. Ver FEUER, Jane. "HBO and the Concept of Quality TV." In *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*, edited by Janet McCabe and Kim Akass, 145-57. London: I B Tauris, 2007: 145- 57

A ficção seriada, aqui, faz uso do *elo social*<sup>9</sup> da televisão com o público ao passo que introduz o que Jason Mittell define e discute como *narrativas complexas*. Essas, assumem e se reapropriam da normatividade ficcional da série, tecendo costuras ou eliminando o que não cabe em suas ferramentas discursivas. O espectador segue fidelizado, pela relação com o conteúdo e pelas dinâmicas de espetatorialidade que se dão a partir dele. No caso das séries contemporâneas de drama, a ligação é bastante conteudística, ainda que o público crie narrativas outras, a partir dos textos secundários<sup>10</sup> e também nos terciários resultantes do principal, para as soluções narrativas que não os contemple.<sup>11</sup>

Dessa maneira, o público desenvolve um tipo de observação que é mais *atenta*, e tal dinâmica gera um engajamento ativo e uma forma de fruição muito fidelizada. E ao passo que há um acompanhamento das estratégias discursivas por parte do espectador, o contrato com o conteúdo o interessa e é funcional dentro dos arcos narrativos, ganchos e temporalidades seriadas.

Essa ótica não desloca a discussão que propõe esta dissertação, da linguagem para a espetatorialidade, num sentido mais amplo; ou ao menos não a coloca como foco de análise. No entanto, também as dinâmicas do público impulsionam as transformações formais, no que pese as transformações técnicas e tecnológicas que foram importantes ferramentas do projeto estilístico da *televisualidade*. (CALDWELL, 1995).

Muito se fala sobre o futuro da televisão, especialmente a partir dos anos 2000, momento em que a internet e a cibercultura, se confundem com a espetatorialidade conteudística da ficção seriada televisiva. Da cultura do *torrent*<sup>12</sup> ao *fandom*<sup>13</sup>, novas normas,

---

<sup>9</sup> Alguns autores discutem a televisão a partir da construção de elos sociais. Dominique Wolton fala da televisão como elo social, de um lugar particularmente interessante para essa discussão. A televisão para o autor faz parte de um sentido de coletividade, na constituição de uma comunidade invisível. Esse traço permitiria que os diferentes públicos se identificassem com a representação, através da difusão de olhares sobre públicos de nicho e da pluralidade da leitura dos textos a partir da dinâmica da cultura. Ver WOLTON, D. (1994). Elogio do Grande Público – Uma Teoria Crítica da Televisão. Porto: Edições Asa. Amanda Lotz (2006) por sua vez já acha que o elo social não é mais uma argumentação suficiente para lidar com a televisão hoje em dia. A discussão que este trabalho propõe não engloba as mudanças da televisão contemporânea, hipertelevisão ou o postnetwork de que a Amanda Lotz fala.

<sup>10</sup> Fiske (1987) se refere aos textos secundários como aqueles resultantes da divulgação do texto primário, ou seja, o programa.

<sup>11</sup> Newcomb e Hirsch definem o ciberespaço como o ambiente ideal para reconfiguração de conteúdo, usando o espaço da internet, mas a partir da utilização da TV como meio de expressão pessoal. Ou seja, olhar para o conteúdo televisivo a partir da compreensão da produção e da recepção na construção de significado. Ver NEWCOMB, Horace M., e Hirsch, Paul M., Television as a Cultural Form. Implications for research, em Quarterly Review of Film Studies 8, 1983.

<sup>12</sup> O *BitTorrent* é um protocolo de compartilhamento de arquivos *peer-to-peer*, onde cada computador que inicia o download do arquivo, passa também a funcionar como servidor para outras máquinas. Como resultado *Torrent* é o termo comumente utilizado nessa cultura de compartilhamento de arquivos, em websites e redes sociais. O mesmo carrega com ele algumas variações de neologismos e aforismos derivados dessa terminologia.

<sup>13</sup> O termo se refere à subcultura de fãs que ocupam o ciberespaço e compartilham de interesses comuns, como filmes, livros, séries, zines, etc. Além de ocuparem fóruns de discussões, websites, blogs e redes sociais, a cultura *fandom* é caracterizada também pela reapropriação de conteúdos e produção de conteúdos feitos por fãs para circulação em seus nichos específicos.

trocas e espetatorialidades são difundidas nas mídias tradicionais, ou alavancam novos modelos e parâmetros para os programas. O maciço investimento em formatos e gêneros específicos na programação original da televisão paga, não somente desloca muitos de seus conteúdos para o *microcast*<sup>14</sup> e para internet de modo geral, em canais de *streaming*<sup>15</sup> como *Netflix*<sup>16</sup> e *HULU*<sup>17</sup>. Os próprios canais de *streaming* passaram a investir em programação original. Desse modo, o que define se o drama seriado é televisivo ou não? O que o constrói enquanto forma e linguagem?

Esses limites não são de nenhum modo tão demarcados, mas, há uma relação importante entre o formato e a espetatorialidade que supera em muito os limites da grade ou da janela em que o espectador percorre os programas.

Por conseguinte, não existem apenas duas maneiras de se fazer televisão: a que prioriza os programas e a que privilegia a forma de vê-los. É importante ressaltar, ainda, que há uma amplitude entre os produtos televisivos, com diferentes gradações – entre busca de conteúdo e fruição de imagens – que possibilitam formas diferentes de relacionamento entre público e programas. (MUANIS, 2012, p.176)

É importante, portanto, entender as variáveis que são necessárias para a análise de televisão, especificamente em um estudo de linguagem a partir das séries de TV; na medida em que elas são atravessadas por dinâmicas do fazer televisivo e da sua fruição. Ou seja, ao se compreender os programas, a grade de programação, a tecnologia, sua espetatorialidade e seu contexto histórico, é preciso fundamentar as singularidades de suas distintas

---

Há inúmeros casos interessantes de narrativas *fandom*, ou *fanfictions*, um *case* recorrentemente comentado são os episódios feitos por fãs da série *The O.C.* (2003-2007) após seu cancelamento.

<sup>14</sup> Microcasting é um termo que está associado ao conteúdo especializado, personalizado, segmentado, através de outros de meios de comunicação, tais como Internet, TV, boca a boca, etc. São modos de consumo mais individualizados. (GILLAN, 2011). Há também o *personcasting* (LOTZ, 2007), também com natureza segmentada e mais restrita.

<sup>15</sup> Técnica que possibilita a transmissão de dados multimídia através de computadores em rede ao mesmo tempo em que o usuário faz uso dessa informação. Isso possibilita que aquele que faz uso do serviço possa assistir a um vídeo sem ter que fazer seu download integralmente, pois as cenas são *carregadas* concomitantemente à exibição do conteúdo.

<sup>16</sup> Netflix é uma empresa fundada nos Estados Unidos que oferece distribuição de conteúdo na internet através de assinatura mensal. Atualmente, o Netflix já tem seu serviço disponível em quase 50 países e em no primeiro trimestre de 2015 alcançou 62, 27 milhões de assinantes no mundo. Dado acessado em [www.g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/04/netflix- chega-62-milhoes-de-assinantes-no-1-trimestre.html](http://www.g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/04/netflix- chega-62-milhoes-de-assinantes-no-1-trimestre.html)

Em 01/06/2015. A empresa além de funcionar como um arquivo de filmes e séries, investe em programação original.

<sup>17</sup> Hulu é uma empresa estadunidense que oferece serviço de streaming, ou seja, distribuição de on-line conteúdo audiovisual, somente para os Estados Unidos. Assinantes do pacote Hulu podem assistir a episódios de séries de diversos canais, a maioria disponibilizada em HD, no dia seguinte à sua exibição na TV, usando aparelhos televisores, conectados à Internet, smartphones, consoles de video games e demais dispositivos eletrônicos online.

*televisiografias*<sup>18</sup>. Essa é uma premissa para a justificação dos modelos teóricos, que fundamentam a televisão na presente dissertação. Nesse caso, as televisões dos Estados Unidos e do Brasil, a partir do *case* HBO, ilustram através das séries dramáticas as epígrafes teóricas que serão discutidas, e as conduzem à análise dos programas.

Essas teorias vão orientar a etapa de análise das séries da HBO. Trata-se aqui de uma televisão cujo slogan usado a partir do ano de 1999 "It's not television. It's HBO" pretende destacá-la tanto das televisões abertas quanto das demais televisões por assinatura dos EUA. Assim, essas discussões serão articuladas com o desenvolvimento da TV norte-americana, com foco no surgimento e consolidação da televisão a cabo. Por fim, o capítulo dialoga com os autores a fim de situar a TV brasileira historicamente na paleo e neotelevisão, para introduzir a HBO Brasil.

Metodologicamente, entender a trajetória do canal HBO é fundamental. E essa relevância se deve à fundamentação, a partir de sua historiografia, das implementações estéticas e formais nas séries da TV paga sob a perspectiva do canal. No seu segundo capítulo esta pesquisa irá percorrer os aspectos históricos que envolveram a criação e o desenvolvimento do canal, suas ferramentas estilísticas, além de compreender como a HBO se coloca no cenário televisivo mundial. Nesse aspecto, serão discutidos os desdobramentos da HBO na televisão paga brasileira a partir da *HBO Latin America*, para chegar à *HBO Brasil*. Este capítulo também discutirá a perspectiva da ficção seriada a partir de algumas premissas importantes. De um lado, a televisualidade, de outro, das especificidades formais do drama de uma hora da TV segmentada. Finalmente, esta etapa pontuará as transformações formais do *quality drama* que se deram nos anos 1990 e 2000. Nesse capítulo serão utilizados principalmente os autores Felipe Muanis, Horace Newcomb, Jane Feuer, Jason Mittel, Jean-Pierre Esquenazi, Marc Leverette e Marcel Vieira.

Seguindo este norte, no segundo capítulo desta pesquisa serão tratadas as teorias que irão fundamentar as análises de programas. Aqui, além de Mitchell e Caldwell, já mencionados, a discussão dos autores Umberto Eco, Francesco Casetti e Roger Odin compõem premissas fundamentais para as elaborações no campo formal. Tais argumentações residem na distinção entre dois parâmetros teóricos para análise televisiva, que são os períodos de *paleo* e *neotelevisão*.

---

<sup>18</sup> O termo *televisiografia* será aqui utilizado como palavra equivalente, na televisão, à *cinematografia*, no cinema.

Eco (1984) propôs os dois paradigmas inicialmente e estes foram difundidos e aprofundados por Casetti e Odin (1990), ainda que os mesmos não mencionem a referência anterior. Em linhas bem gerais, a *paleotelevisão* define um espaço da televisão *generalista*, coletiva, de *contrato*, ênfase conteudística, fixação da grade de programação e comunicação vertical. Na *neotelevisão*, a TV passa a fazer parte das conversas prosaicas da família e dos momentos de intimidade doméstica, mas há também a reprise, o *zapping*<sup>19</sup> e outras dinâmicas da espetatorialidade específicas que serão aprofundadas adiante. Mas, em suma, há aqui uma ferramenta ou método que deixaria o espectador mais tempo diante da televisão, oferecendo um modelo complementar de espetatorialidade, pelo contato com imagens e sons.

Esses dois momentos apresentam características próprias, mas o que vemos na televisão, a partir da *neotelevisão* até o período contemporâneo, é uma mescla de ambos, ainda que a TV venha incorporando modelos cada vez mais neotelevisivos.

Um terceiro momento da TV, discutido inicialmente por Carlos Alberto Scolari (2008), mas já debatidos por outros autores, como Felipe Muanis (2012), é o período ou tendência posterior à *neotelevisão*, que é a *hipertelevisão*. Este último contextualiza, para essa dissertação, um período de transformações e quebras de categorias posteriormente à *neotelevisão*, de modo que precisa ser mencionado. Contudo, o conceito de *hipertelevisão* não será aprofundado por não discutir especificamente os parâmetros que servem ao modelo de análise que aqui será proposto, ou seja, porque a análise da imagem televisiva nos moldes da televisualidade se liga naturalmente com a *neotelevisão* e a *paleotelevisão*, e é algo que as discussões de *hipertelevisão* atuais não contemplam prioritariamente como marcas que a definem. O conceito de *texto televisivo*, debatido por John Fiske (1987), no entanto, é uma das importantes balizas deste trabalho e será discutido nesse capítulo.

O último capítulo aplicará as teorias e discussões que foram desenvolvidas no decorrer dos outros dois através do método de análise televisual. Esse processo se dará tanto a partir de uma bibliografia específica sobre os temas já mencionados, quanto através de um estudo de caso a partir de duas séries de gênero policial, uma produzida pela HBO estadunidense, Família Soprano (The Sopranos), de 1999 a 2007, e outra produzida pela HBO Brasil, Filhos

---

<sup>19</sup> Segundo Arlindo Machado, o termo se refere à prática de usar o controle remoto com regularidade, ou, como ele coloca, “a mania de mudar de canal a qualquer pretexto, na menor queda de ritmo ou interesse do programa e, sobretudo, quando entram os comerciais.” Há nessa definição uma evidente simplificação do fenômeno como uma fuga das pausas publicitárias, mas o autor elenca motivações outras, tais quais a busca por outros programas, a sensorialidade do excesso de informação, visual e sonora, ou o prazer em *zapear*. Ver MACHADO, Arlindo. A Arte do Vídeo. 3. Ed. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 100 -114.

do Carnaval, de 2006 a 2009. Nesse processo analítico, texto, imagem e som serão observados em perspectiva com os modelos teóricos levantados por este trabalho em diálogo com as teorias da televisão. Esta análise pretende não somente incorporar o acústico ao conceito de televisualidade, como associar esses aspectos televisuais nas séries ao processo de imersão através da percepção sensorial e sensível.

Todas as indagações e discussões que a presente dissertação pretende ampliar a partir da programação original da HBO e das séries a serem analisadas talvez apontem para uma *televisualidade* que está para além de uma *televisão-estilo*. Desse modo, a questão que emerge da relação aqui proposta é a leitura dos elementos formais das séries dramáticas de uma hora, da televisão a cabo. Ainda, compreender se não viriam justamente a atravessar o que se definia no excesso estilístico nas TVs, para se definir então na imersão; e se realmente o fazem.

Assim, este trabalho vai percorrer os momentos de virada e transformação da televisão para esclarecer se a televisualidade dos programas conduz a uma sensorialidade não apenas de uma energização, mas de um processo profundamente imersivo. Ainda, se os elementos formais das séries estabelecem as modificações genéricas<sup>20</sup> dentro das TVs, esta dissertação pretende contemplar especificidades estilísticas das televisiografias escolhidas, ou seja, Brasil e Estados Unidos. A este fim se deve o entendimento de que os modelos teóricos podem ser mais facilmente diferenciados a partir dos produtos analisados, mas, ainda que haja um modo de formatação estética internacional a partir da marca HBO, são incorporados a eles elementos de singularidade que reforçariam o conceito de televisualidade e de imersão.

---

<sup>20</sup> Genérico aqui é referente aos gêneros televisivos. (CREEBER, 2001)

## Capítulo I:

### HBO E A TELEVISUALIDADE DA FICÇÃO SERIADA

A televisualidade é um conceito fundamental para este trabalho que será aprofundado no capítulo seguinte; mas, resumidamente, será aqui entendido como o excesso estilístico na televisão dos EUA que surge da crise econômica pelas quais passavam suas emissoras abertas na década de 1980. Dito isso, as televisões generalistas, que é a TV aberta, com uma programação voltada para um público heterogêneo e não de nicho, teve como principal entrave o notável crescimento das televisões a cabo e a disputa por audiência. E vale ressaltar que essa pressão promovida pelo fortalecimento das televisões pagas sobre a televisão aberta nos EUA resulta em um momento de transformação muito similar ao período que estamos presenciando atualmente no Brasil. Essa similaridade é importante visto que, ao compreender os desdobramentos que tiveram lugar no já referido momento da televisão estadunidense, pode-se pensar eventuais rumos da produção televisiva brasileira.

Ainda no contexto de transformação da televisão estadunidense entre as décadas de 1970 e 1980, data de 1972 o surgimento da HBO. É nesse momento que o canal ganha força no contexto de transformação pelo qual passaram as televisões abertas nos Estados Unidos. A HBO está nos pacotes mais caros da televisão por assinatura, as assinaturas *premium*.

A HBO comercializa a sua marca e os seus produtos através da afirmação e de um status de qualidade diferenciada. Esse conceito de qualidade que o canal já construía através da imagem e da ideia de exclusividade, só foi reforçado a partir dos anos 1990 através da sua programação original de ficção.

Nessa época, a emissora apresentava uma imagem cinematográfica, o que demonstrava o arrojamento técnico e estético de seus programas. O serviço oferecido pelo canal aposta em conteúdo exclusivo e segmentos e temáticas bem marcadas, para um público que pode pagar mais por esse serviço. Como contraponto a essa estética e conteúdos diferenciados das TVs a cabo, em especial a HBO, as TVs abertas também tiveram que modificar seus modos de produção, sua tecnologia e seu estilo, como já foi anteriormente mencionado. Paralelamente, há um considerável aumento no número de canais de *broadcast*, o que resultou em uma crescente rivalidade.<sup>21</sup>

Com o aumento da concorrência, a opinião do público foi crescentemente valorizada.

---

<sup>21</sup> No segundo capítulo será detalhado o crescimento e expansão da HBO nos Estados Unidos e da HBO Latin América, que se expandiu para o Brasil

Fez-se necessário um estudo a partir de testes com públicos de programas em suas mais variadas características, para que se percebessem quais eram as demandas específicas de cada grupo e como isso viria refletido na grade de programação. Essa mudança se refletiu na relação entre o espectador e o conteúdo televisivo. Para Caldwell (1995, p.9), essa relação entre os programadores de *broadcast* e das TVs a Cabo com a audiência muda porque este último se modifica nos anos 1980 e, conseqüentemente, transforma a sua exigência e forma de consumo.

De qualquer modo, a concorrência e a busca acirrada pela audiência impulsionaram emissoras a buscarem novas formas de atrair o público<sup>7</sup>, e essas formas são um pouco mais complexas do que uma primeira leitura poderia concluir – já que há um caráter mais aberto desse texto televisivo e a mediação do público na leitura desses discursos e signos. Afinal, ao se analisar os modos de produção e aspectos formais da televisão, é mister pensar como o consumo dos produtos televisivos é particularmente moldado ao tipo de janela, ao uso doméstico, com sua interrupção natural da atenção do espectador, e ao *zapping*.

Nesse contexto, o *zapping* é justamente o que aprofunda a relação espectador-televisão, já que o público pode assim percorrer todos os canais, na ordem em que quiser e até não assistir a nenhum programa integralmente, se assim o desejar. O *zapping* acaba se constituindo, em uma espectralidade específica. Aqui, a experiência do dispositivo reforça a ideia de consumo individual da *neotelevisão*, além de dar ao espectador a liberdade de personalizar a experiência da programação televisiva. Experiência essa que é marcada pela rapidez, agilidade e dinâmica visual, e pelas variações de intensidade que caracterizam o tipo de fluxo que a *neotelevisão* constrói.

Dentro desse cenário complexo que é a televisão, especificamente na ficção seriada televisiva, a HBO vem tentando manter seu projeto de exclusividade e fidelização através das séries originais, ainda muito pautada na força de sua marca através de uma produção televisiva que estabelece outras experiências de narrativa, estética e de consumo, além de apostar na exibição de grandes produções cinematográficas. Contudo, outros canais da TV paga têm apostado em programação original e séries que se enquadram no que Jane Feuer (2007) define como *quality drama*, que são séries de drama com potência autoral, mas cujo julgamento valorativo é problemático.

“A teoria da recepção nos ensina que não pode nunca haver um “julgamento” de qualidade de um sentido absoluto, mas sempre há julgamentos de qualidade relativos a uma comunidade interpretativa ou formação em leitura. É por essa razão que o termo televisão de qualidade

deve ser usado de forma descritiva se quiser compreender como ela opera discursivamente, ” (FEUER, 2007 p. 146)<sup>22</sup>

Para a indústria estadunidense, o termo “qualidade” descreve as demografias da audiência. Esse “valor” Para a televisão aberta atende a demandas publicitárias localizadas geograficamente. Para a TV a cabo *premium*, é preciso atrair uma audiência com uma renda familiar que possibilite pagar uma assinatura mais cara de televisão.

Para jornalistas, qualidade é uma escolha estética de um tipo específico que é definida por um consenso entre os criadores dos programas e os intelectuais liberais. Para os estudos de televisão, “qualidade” é um termo descritivo que identifica um gênero televisivo chamado “*quality drama*”.

Robert J. Thompson (1996, pag. 17) formula o conceito de qualidade na televisão como um gênero em si, com uma configuração formal de característica. “O quality drama sempre afirma ser original em relação a outras formas regulares de TV de seu tempo”

E essas variáveis são fundamentais para entender quais serão os próximos caminhos da produção televisiva hoje, ao incorporar novas formas de consumo que transformam seu conteúdo. Exemplo bastante recente é a medida da HBO de se apoiar no *webcast*<sup>23</sup> ao fazer ações combinadas na *première* de séries, para além dos assinantes da TV, tanto no *HBO Now*<sup>24</sup> e *HBO GO* quanto no Facebook. Em junho de 2015, a HBO ofereceu acesso gratuito a episódios inteiros da sua programação original no Facebook, por tempo limitado. Essa foi uma ação de lançamento das séries “Ballers” e “The Brink”, a partir de suas páginas na rede social. O interessante aqui é que a lógica do inédito e do exclusivo, mesmo na internet, são reatualizações da lógica da grade televisiva, de modo que é televisão *narrowcast* dentro do *webcast*.

Ou seja, novas formas de consumo estão sendo difundidas e testadas nesse processo de retorno a uma lógica fidelização de público através do conteúdo, mas de formas transversais que contemplem essa espectralidade tão específica que é a dos dramas de uma hora. Gênero este que será destrinchado a posteriori.

---

<sup>22</sup> Livremente traduzido a partir do trecho “Reception theory teaches us that there is always judgement of quality relative to one’s interpretive community or reading formation. This is why the term quality TV has to be used descriptively if one wants to understand how it operates discursively.” Ver FEUER, Jane. HBO and the concept of quality TV. In: MCCABE, Janet; AKASS, Kim (Orgs). *Quality TV: Contemporary American television and beyond*. Londres: I.B. Tauris, 2007. p. 146.

<sup>23</sup> Webcast é definido pela tecnologia de streaming para exibição ou transmissão de conteúdo de áudio ou vídeo. Esta pode ser feita via internet, ou redes internas e/ou locais de computadores.

<sup>24</sup> HBO GO e HBO NOW são canais de subscrição para serviço de Vídeo sob demanda operado pela rede de TV a cabo via satélite, HBO.

Nesse ínterim, para melhor fundamentar essas transformações às quais os autores se referem até esta estapa da pesquisa, cabe aqui entender o que foi a premissa da televisão paga nos EUA. O objetivo não será, ainda, situar sua historiografia, mas articular esse fenômeno com as transformações formais e esportivas aqui debatidas, a partir dos modelos teóricos reiterados.

O movimento da *televisão segmentada* estadunidense foi fortalecido por canais com enfoque em um conteúdo específico; como a HBO, que ficou reconhecida como canal de filmes e séries. Ele começa com grande força nos Estados Unidos, mas posteriormente se torna um fenômeno de amplitude internacional. Ou seja, há uma abertura nesse período para novos formatos de programas na medida em que há um direcionamento para audiências específicas, programas com características singulares e televisualizações distintas.<sup>25</sup>

Algumas das transformações que a década de 1980 promoveu na televisão estadunidense já foram pontuadas neste capítulo. No entanto, algumas das características de sua televisualização foram propiciadas por movimentos de reestruturação impulsionados pela popularização da televisão a cabo via satélite. Não se trata de marcar aqui o determinismo tecnológico na constituição desse momento de transformação da televisualização norte-americana. Mas, de entender que o fenômeno do *narrowcast* impulsionou todas as transformações já mencionadas, e mais, abriu espaço para uma pluralização de temas em contraponto ao que a televisão generalista, de *broadcast*, dos Estados Unidos vinha fazendo. Por conseguinte, surgiram novas formas de esportividade e se possibilitou o surgimento de novos formatos. A MTV oitocentista, ilustra muito bem esse movimento de segmentação de público, formato e tema.<sup>26</sup>

A televisão a cabo se expandiu através da oferta de serviços e conteúdos específicos, como a ficção televisiva da HBO. Não obstante, até que os formatos ainda não consolidados no *broadcasting* fossem afirmados e diversificados, houve uma década de reconfiguração e expansão dos canais.

---

<sup>25</sup> O foco desta pesquisa é a teledramaturgia da HBO, que a partir dos anos 2000 passou se expandir para televisualizações outras que não a dos Estados Unidos; através da HBO Latin America, por exemplo. Mas, outros casos de segmentação que ilustram essa reformatação da TV através do *narrowcasting* são canais tais como o CNN (Cable News Network, fundado em 1980); The Weather Channel (1982), com previsão do tempo ocupando toda a programação; o Arts & Entertainment (1984), que inicialmente focou na exibição de biografias, documentários e séries de drama; o Discovery Channel (1985).

<sup>26</sup> O canal segmenta tanto no formato, por se especializar na exibição de videoclipes, e são destinados ao público jovem.

O canal Discovery Channel (1985), a esse exemplo, foi criado em um período em que o gênero documentário para TV estava comercialmente desacreditado. No entanto, na década de 1990, o conglomerado Discovery Communications já havia se internacionalizado para mais de 140 países e estabelecido parcerias importantes, como a que fez com a BBC, que então já controlava importantes canais a cabo britânicos. Esse crescimento permitiu que o canal que era somente exibidor de conteúdo se tornasse também produtor de programas originais, já em 1989.

Esse movimento de expansão do Discovery Channel é bastante similar ao da HBO, guardadas as devidas especificidades. Ambos se popularizaram e fortaleceram através de programas que seguiam uma lógica de grande segmentação de público e legitimaram esse crescimento através de conteúdos elaborados originalmente por eles, já na década de 1990.<sup>27</sup>

Nesse sentido, a década de 1980 consistiu em um período de expansão do *narrowcast*, através da multiplicação de canais e de conteúdos segmentados. Ainda nessa progressão, os anos 1990 refletiram esse percurso para legitimarem a televisão segmentada e afirmarem os novos formatos de programas que dela surgiram. Essa legitimação, nos meados de 1990, levou a televisão a cabo a um processo de internacionalização que foi se firmar já nos anos 2000. Nessa década, os parâmetros de público, mas também os estéticos, formais e de linguagem, já haviam reconfigurado a televiografiografia dos Estados Unidos e dos demais países que foram atravessados por esse processo de globalização. (CHALABY, 2002)

Em suma, o final do século XX organizou uma sucessão de fenômenos que justificaram a expansão da televisão a cabo e reelaboraram a televiografiografia estadunidense: descentralização, transnacionalização e o fortalecimento de emissoras que expandiram a espectadorialidade de seus programas ao buscar audiências em outros países. Esse período marca a produção de conteúdos específicos enquanto gênero, tema e formato, ao passo que cria parâmetros estéticos universais. Ou seja, a HBO não abarca o público que não se interessa pelo tipo de teledramaturgia que ela oferece, esse é, pelo contrário, um conteúdo segmentado pelo gênero, pela singularidade do texto televisivo, pela estética cinematográfica. No entanto, eles exportam a marca HBO e sua assinatura formal para públicos também de nicho, mas em

---

<sup>27</sup> O Animal Planet, feito em parceria com a BBC a partir de 1996, alcançou em duas temporadas 37 milhões de residências. E assim o Discovery criou outros canais tão segmentados quanto, com foco em história, vida animal, fotografia, costumes, etc.

outros países. A estética cinematográfica, através de sua absorção pelas séries de TV, se transformou em uma estética mundializada<sup>28</sup>, o que fica claro quando se analisa também as séries da HBO Brasil.<sup>29</sup>

Com a Lei 12.485/2011, que tenciona estimular a produção e circulação de produtos nacionais, estima-se que as televisões pagas irão trazer uma demanda de conteúdo muito superior ao que encontramos atualmente nos canais brasileiros de broadcast. Ainda que as tendências apontem para relativa retração nas assinaturas, esse se mostra um campo aberto para gêneros e formatos que não são tão explorados na televisão aberta, como séries de drama, e a exigência de conteúdo nacional para preencher estas lacunas.

O Brasil fechou maio de 2015 com 19,72 milhões de acessos de TV por assinatura, de acordo com novo balanço da Anatel. No quinto mês deste ano, o serviço estava presente em 29,8% dos domicílios brasileiros. O número mostra uma pequena redução no total de assinantes do serviço, que em abril deste ano contava com 19,76 milhões de acessos em todo o País. De acordo com o levantamento da Agência, a maioria das casas brasileiras que contam com o serviço, 60,33% do total, recebe o sinal via satélite (DHT). São 11,89 milhões de acessos. Já a TV a cabo tem 7,68 milhões de assinaturas, o que corresponde a 38,98% do mercado. A fibra óptica leva o serviço a 121,9 mil residências brasileiras, sendo responsável por 0,62% do total de assinantes. (Governo Federal, Infraestrutura)<sup>30</sup>

O crescimento da TV a cabo no Brasil é uma discussão importante, mas que não será aprofundada visto que o foco desta dissertação é a estética da televisão e o texto televisivo. No entanto, essas novas demandas atestam a importância de se analisar os produtos da HBO americana e da HBO Brasil. Há a indicação aqui de uma forma de olhar para o entrecruzamento de matrizes culturais internas e externas, formatos internacionais e apropriações singulares para reformatá-los. Há aqui um fator comparativo e analítico que sopesa o entendimento das dinâmicas que envolvem conhecer o fazer televisivo e apropriar-se dele para criar formas e mecanismos próprios.

É possível estabelecer, por fim, um modelo teórico para análise da linguagem do drama seriado da televisão paga, a partir da televisão estadunidense; muito marcada pelo crescimento da televisão a cabo desde a década de 1980. Além disso, muitos dos fenômenos identificáveis a partir dos parâmetros da paleo e da neotelevisão partem de pressupostos que

---

<sup>28</sup> Ver MUANIS, Felipe.

<sup>29</sup> Cabe pontuar, nesse contexto, que não foram somente os canais da televisão a cabo dos Estados Unidos a passarem por um processo de expansão. Contudo, é nesse contexto que residem as principais referências formais que nortearão o desenrolar desta pesquisa e o foco deste trabalho.

<sup>30</sup> Ver notícia completa em <http://www.brasil.gov.br/infraestrutura/2015/06/pais-tem-mais-de-19-milhoes-de-assinantes-de-tv-paga-em-maio>. Dado acessado em 29/06 às 21h.

servem a modos de análise de audiência e de formatos de programas que se fortaleceram no contexto estadunidense.

Mas, também é objeto desse estudo a televisiografia brasileira, a partir da série da HBO Brasil. Até os anos 2000, e ainda hoje, as maiores audiências da televisão se dão na televisão aberta, de radiodifusão ou via sinal da TV digital. Com o crescimento da televisão paga na última década novos conteúdos surgiram e o público foi criando demandas para conteúdos segmentados.

Na espectralidade da televisão aberta brasileira a grade ainda é algo que define a TV. A população se reúne para ver a telenovela, em um determinado horário. E para telenovelas, salvo algumas exceções, não há reprise. A ênfase conteudística, o espaço do inédito, a televisão como espaço de afeto, entre outras dinâmicas singulares da TV aberta brasileira, aponta um modelo bastante paleotelevisivo.

Desse modo, analisando em linhas gerais a televisiografia brasileira sob estas perspectivas, o crescimento da TV a cabo está fomentando uma espectralidade neotelevisiva de modo bastante similar ao processo que se deu nos Estados Unidos, ainda que em momentos distintos. O que desestabiliza esses procedimentos seriam as muitas possibilidades envolvendo a televisão e a internet, e a TV na internet.

Mas, de modo que esta última discussão já não contempla o foco da pesquisa, que são as viradas estéticas do drama seriado da televisão paga, o segundo capítulo irá aprofundar nestes diálogos específicos do drama de uma hora, e suas variantes e variáveis estilísticas. Esse percurso pretende fundamentar o caminho para o capítulo de análise televisual das séries *Família Soprano* e *Filhos do Carnaval*.

### **1.1 HBO: Segmentação de público e a política de programação original em dramaturgia**

No ano de 1948 a distribuição a cabo, de transmissões televisivas, era utilizada apenas para alcançar áreas nas quais, por alguma razão geográfica, o sinal a radio não chegasse às casas individualmente. Era então alocada uma antena comunitária para que o cabo distribuísse o sinal de transmissão até as casas. A TV a cabo, ou community antenna television (CATV), era até então uma solução para que o sinal *broadcast* fosse distribuído em regiões montanhosas. Esse era um serviço taxado aos termos da organização responsável pela instalação da antena e pela distribuição do sinal.

À medida em que esta prática foi se estabilizando enquanto modelo de negócio, não apenas canais locais foram disponibilizados, como também o eram transmissões *broadcast* mais distantes; se justificou assim o uso do sistema não somente em comunidades remotas. Em meados dos 1960 o serviço já totalizada cerca de 750 antenas comunitárias em 40 estados norte-americanos.

O sistema a cabo passa a ser considerado uma ameaça aos canais de *broadcast* locais. Dessa forma, a *FCC*<sup>31</sup> (Federal Communications Commission) estabelece restrições ao sistema de distribuição a cabo, limitando sua operação em relação à difusão de transmissões distantes.

É importante salientar aqui que o fulcro do modelo comercial vigente na indústria televisiva estadunidense nesse momento, é a propaganda. O sinal *broadcast* de livre acesso é subsidiado por patrocinadores que representavam, na realidade, o cliente para qual o serviço de comunicação de massa estava sendo prestado. O telespectador em sua pertinência era um potencial consumidor de serviços e produtos. Não era relevante, portanto, que a programação de um canal fosse disponibilizada a uma audiência geograficamente distante que, por conseguinte, não teria acesso à marca de seu patrocinador. Assim, a emissora local é preterida e prejudicada nesse processo. Os três principais canais de TV aberta (*CBS*, *NBC* e *ABC*) contavam com diversas transmissoras afiliadas e regionais subsidiadas, situadas nesse impasse comercial a respeito do lucro das distribuidoras a cabo.

Já em 1972, a *FCC* revoga a restrição que proibia o sistema a cabo de atuar na área metropolitana e o mercado de televisão por assinatura se reelabora totalmente a partir de então. O investimento passa a girar em torno da criação de canais cuja programação se pretendia exclusiva e diferente da televisão *broadcast*, de conteúdo *generalista*<sup>32</sup>.

No mesmo ano, Charles Dolan cria a *HBO* (Home Box Office), o primeiro canal de TV paga estadunidense. O investimento só foi possível devido ao subsídio da empresa *Time inc.* e por um sistema de cabeamento subterrâneo que foi patenteado por Dolan, anos antes. Esta foi uma condição à criação do canal, pois a transmissão televisiva nas grandes metrópoles, como Manhattan, encontra muitos percalços na arquitetura urbana, com edifícios

---

<sup>31</sup> Agência reguladora estadunidense, criada em 1943, que atua na área das telecomunicações e radiodifusão.

<sup>32</sup> Programação televisiva de natureza generalista, com uma oferta diversificada em termos de gêneros televisivos, de faixa de público, sem estabelecer um foco em nichos de audiência; tende a direcionar a programação para toda família dentro de sua grade de distribuição dos programas por dia e hora de exibição.

altos que bloqueiam a recepção do sinal. No ano seguinte, a *Stelling Manhattan Cable*, a *Time inc.*, que até então detém 20% das ações do *Stelling Manhattan Cable*, compra mais 80% do controle da operação, que passa a se chamar *Manhattan Cable Television*.

Assim, a *HBO* começa o ano de 1973 com apenas 365 assinantes, o que tem como consequência grandes prejuízos e a demissão de Charles Dolan pela *Time inc.* Seu sucessor (Gerald Levin) mantém o canal fora de risco por dois anos até investir em um contrato de US\$ 7,5 milhões que permitia ao canal acesso ao novo satélite de comunicação, *Satcom 1*, em 1975. O canal então inaugura seu serviço satélite-cabo com a transmissão de uma luta de boxe entre *Muhammad Ali* e *Joe Frazier*, a chamada “*Thrilla in the Manila*” que foi amplamente divulgada, e acabou após quatorze rounds com a vitória de Ali e um imenso sucesso comercial. Em consequência, a transmissão por satélite possibilitou à *HBO* a marca de 600 mil de assinantes ao final do ano de 1977.

Desde o ano de 1975 o canal lançava um primeiro slogan que já pretendia criar uma demarcação de território conteudístico através de sua marca. “Different and First”, apesar de didático, localiza para o espectador primeiro que tipo de serviço o canal pretende oferecer. Ou seja, desde de seu surgimento, a oferta de um conteúdo exclusivo e/ou “de qualidade” é fulcral na construção da marca *HBO*. No entanto, a afirmação de uma hierarquia de excelência de conteúdo que, ainda, define o *marketing* do canal atualmente, no momento de sua idealização representava apenas a principal e primeira urgência da TV paga (narrowcast), que é justificar a contratação taxada de um serviço que poderia ser disponibilizado gratuitamente (broadcast). Sendo a *HBO* o primeiro canal de TV paga, é evidente que a maior demanda do modelo de negócio que estava nascendo (se provar superior aos demais canais em relação à qualidade do conteúdo), seria integralmente absorvida pelo canal.

Ao longo da década de 1970 a *HBO* e outros quarenta e cinco canais de TV paga locais e regionais passam a constituir a indústria televisiva estadunidense. À medida em que se estabelecem no mercado e na cultura de produção televisiva, os canais segmentados a reformulam, e transformam a relação dos canais com a audiência, agora pensada por nichos de público. Ou seja, a troca que se estabelece entre a produção televisiva e uma audiência agora demográfica estabelece a própria dinâmica cultural da televisão a cabo como espaço representativo e criativo que muda a estética e a linguagem de seu conteúdo, mas essa mudança é resultado de uma aposta comercial.

A *HBO* se torna pioneira tanto por seu investimento quanto por seu retorno lucrativo, mas o mercado já dava sinais claros de transformação substancial da indústria como um todo. Em 1976 o canal WTBS ganha alcance nacional também pelo satélite *Satcom 1*. O canal de filmes *Showtime* em 1978 começa também a transmissão a satélite. Surgem ainda no final dos anos 1970 canais como a *CBN* (Christian Broadcasting Network), *ESPN* (Entertainment and Sports Programming Network), *Nickelodeon* (Canal infantil), *CNN* (Cable News Network). Já no início dos anos 1980 é perceptível uma diversidade de canais narrowcast e broadcast com foco comercial em audiências de nicho, como já demonstrado na discussão sobre televisiografias e segmentação da TV, no capítulo 1.

A programação da *HBO* na sua primeira década é definida basicamente por filmes e eventos esportivos, mas já evidenciava a preocupação do canal com a elaboração de uma identidade de marca, se associando à transmissão esportiva, nas quais estavam seus recordes de audiência até então. A FCC havia regulamentado em 1969 a reprodução de filmes na TV paga, determinando que ela só poderia exibir os que tivessem entre dez e dois anos de idade, assegurando aos canais abertos a prerrogativa de transmitir as produções mais lucrativas de *Hollywood*. A *HBO* leva essa regulação ao sistema de justiça estadunidense, acusando a *FCC* de extrapolar sua jurisdição normativa. Fica claro, a esta altura, que o setor de TV paga que havia derivado da transmissão aberta de televisão, era agora um modelo de negócio que concorria diretamente com serviço *broadcast*. Sua viabilidade financeira e comercial não era, portanto, preocupação da agência reguladora. Assim, em 1977 a Corte dos Estados Unidos do distrito de Columbia determina que a regulação seja revogada.

Outra importante resolução judicial entre o canal e a FCC, determina que os canais de TV a cabo, por oferecerem um serviço de comunicação pago, e não distribuído livremente como os canais *broadcast*, estão amparados pela lei estadunidense a exibirem conteúdos restringidos à TV aberta. Esse acontecimento tem um grande impacto especificamente no caso da *HBO*. O canal passa a incorporar uma linguagem explícita em seu conteúdo, e cenas de nudez e diálogos menos “moralistas” se tornam comuns em suas ficções; o que colabora tanto para o registro de singularidade tão importante para o canal, quanto para o aprofundamento realístico de seu conteúdo.

O cerne da programação do canal *HBO* passa a ser a exibição dos filmes de maior sucesso até então, e também a transmissão de importantes eventos esportivos - o que resulta em um aumento exponencial no número de assinantes do canal. Esse crescimento permanece

estável até meados da década de 1980. Ainda, é quando entra em vigor a *1984 Cable Act*<sup>33</sup> que resulta em uma dinâmica de monopólio entre as operadoras de TV a cabo<sup>34</sup> e, conseqüentemente, no aumento do valor da assinatura e do número de canais narrowcast. Essa resolução reformula o setor em uma maior competitividade. Tal feito se soma ao surgimento de novas tecnologias e deriva em uma transformação evidente das dinâmicas do mercado de televisão por assinatura, e no transtorno dos canais que tentavam se estabelecer em um modelo relativamente novo de negócio.

O VCR<sup>35</sup> (Videocassette Recorder) é uma das duas principais inovações tecnológicas que afetaram a indústria nesse momento da história da televisão paga. O aparelho altera a dinâmica da temporalidade da relação do espectador com o entretenimento televisual, permitindo a ele gravar os programas para assistir posteriormente, indicando uma lógica de consumo de conteúdo televisivo que está em constante transformação e que hoje segue viva nas possibilidades de *VOD (Video on Demand)* como *Netflix, Hulu, Amazon Prime, Crackle*<sup>36</sup> e *TiVo*. Esse breve comentário se deve ao fato de o conteúdo audiovisual em formato digital é ofertado e disponibilizado a qualquer momento e em qualquer lugar, através de diferentes dispositivos. Evidentemente, esse era um estágio preliminar, mas que somados a outras tecnologias definiam novas formas de espetatorialidade e demandas completamente novas por conteúdo.

Nesse contexto, o controle remoto, que já existia em 1950, também se torna acessível na década de 1980. Este, em conjunto com a crescente diversidade de canais, muda todo o contexto televisivo. Nasce a era do *zapping*, signo da concorrência na indústria televisiva e da subjetividade inquieta da audiência neotelevisiva. Essa inquietude se traduz na exigência do consumidor final, e a *HBO*, ao buscar manter-se na vanguarda da indústria, estabelece ao longo dos anos, sua estética corporativa, sua marca, e se associa a essa exigência através de uma reafirmação constante e cíclica da distinção do canal em relação aos demais, de *broadcast e narrowcast*.

---

<sup>33</sup> Ato do congresso estadunidense aprovado em outubro de 1984, que tinha como objetivo estabelecer as políticas de regulamentação que poderia incidir sobre o sistema de TV paga nos Estados Unidos. Em sua vigoração, foi revogada uma série de regulamentações que não estavam de acordo com as diretrizes do documento.

<sup>34</sup> Responsáveis pela distribuição do sinal dos canais em pacotes, pela contratação do serviço de TV paga de forma geral.

<sup>35</sup> O aparelho videocassete, praticamente em desuso atualmente. O aparelho foi introduzido pela Sony U-matic (1971) no Japão.

<sup>36</sup> Distribuidor online de séries originais, filmes e demais programas de TV, comprado e rebatizado como Crackle pela Sony Picture Entertainment em 2007. O canal existia anteriormente (desde o começo dos anos 2000) sob o nome Grouper.

O aumento do preço da TV por assinatura, contudo, põe em risco principalmente os canais situados nos pacotes mais caros, como é o caso da *HBO*. E o telespectador passa a poder escolher precisamente o filme e o momento em que quer assistir através da tecnologia do videocassete. O canal que, até então, estruturava sua programação em torno da exibição de lançamentos e clássicos do cinema, corria o risco de ter seu conteúdo desvalorizado enquanto o acesso a ele já estava restringido.

Eu penso que a posição histórica da HBO no cenário televisivo produziu uma série de urgências institucionais e tensões que contribuíram substancialmente para o tipo programação que o canal produz e a campanha de marketing que realiza (SANTO, 2008, p.19)<sup>37</sup>

No final da década de 1970, a *HBO* já elaborava sua adaptação às transformações que viriam a suceder na indústria televisiva. Não eram apenas as movimentações políticas e tecnológicas que ameaçavam a estabilidade do canal. Os filmes de *Hollywood*, as séries *broadcast* fora do ar e os outros produtos disponíveis não ornavam os canais de TV paga da individualidade necessária para um mercado de entretenimento tão competitivo. Da mesma forma, não era confortável para seus executivos a vulnerabilidade a que se submetia o canal, ao depender do conteúdo das indústrias *broadcast* e cinematográfica para elaborar seu serviço.

A produção de novos conteúdos se tornaria progressivamente, portanto, uma demanda de toda a indústria de TV por assinatura para se diferenciarem uns dos outros e ampliarem suas possibilidades de maior audiência. Sob essa luz, a *HBO* dá início às suas produções originais. E nesse momento a direção do canal parte de uma orientação condicional para que o êxito da marca, se constituísse da forma como o fez. O canal procura, a partir de então, se estruturar na indústria televisiva estadunidense, na produção de conteúdo e não somente em sua transmissão.

---

<sup>37</sup> Tradução livre do trecho – I content that HBO’s historical position within the televisual landscape has produced a set of institutional imperatives and tensions that have greatly contributed to the types of programming it produces and the marketing campaigns it runs. Ver Santo, Avi “It’s Not TV”. *Watching HBO in the Post-Television Era* (2008).

Em 1979 o canal passa a investir em um setor de documentários, recebendo o primeiro *Oscar*<sup>38</sup> por um filme original HBO em 1986 com a produção de *Down and Out in America*, e também um *Emmy*<sup>39</sup> com *Dear America: Letters Home from Vietnam* (1987).

“Parte do sucesso da *HBO* na indústria televisiva é, em grande parte, consequência de como o canal se define, e talvez mais ainda de como constitui sua marca” (LEVERETTE, 2008, p.13)<sup>40</sup>. O canal *HBO* antes da produção de conteúdo original, se associava a uma ideia de distinção a respeito de estar, historicamente enquanto empresa, na vanguarda das inovações da TV paga. Essa estética qualitativa só se confirma realmente à medida em que o canal enfoca seu argumento diferencial na produção de conteúdo original. Este consiste na pré-disposição a fazer grandes investimentos na produção executiva, e a encorajar reformatações dos modelos de produção criativa. Essas particularidades culminam na produção de um conteúdo fundamental e esteticamente diferente de suas produções contemporâneas, e na disponibilização de um tratamento final e um esmero na produção técnica que garante um resultado comercialmente atraente e visualmente impactante, pautada no signo de *televisão de qualidade* que o canal insiste em afirmar.

A expressão “*quality TV*”, ou televisão de qualidade a que Jane Feuer (1984) se refere ao analisar a produção independente dos estúdios *MTM Enterprises*, é uma terminologia que já apontava as mudanças estilísticas nas séries de comédia dos anos 1970 (The Mary Tyler Moore Show e All in The Family) e no *quality drama* dos anos 1980 (notavelmente, a série policial *Hill Street Blues, 1981, NBC* )

O exemplo da MTM é bastante pertinente enquanto genealogia associativa com o modelo autoral, estilístico e estético que se consolidaria no final dos anos 1990 na televisão paga, e se tornaria mote da HBO. Primeiramente, porque já se problematiza a audiência motivada pela “rede”, ou *network*, introduzindo perfil de público para categorias de programação, e não utilizando como parâmetro analítico somente os números de *rating*<sup>41</sup> e

---

<sup>38</sup> É considerado mais importante prêmio do cinema estadunidense, provida pela *Academy of Motion Picture Arts and Sciences*, nesse caso na categoria de filme documentário.

<sup>39</sup> Equivalente do Oscar na televisão.

<sup>40</sup> Livre tradução do trecho -Part of HBO's success in the television industry is due in large part to how it defines and, perhaps more importantly, brands itself. Ver Leverette, Marc “It's Not TV”. *Watching HBO in the Post-Television Era* (2008).

<sup>41</sup> Índice que indica a média de audiência geral.

*share*<sup>42</sup>, e as demandas dos patrocinadores. E, ao comunicar para públicos específicos, é possível assumir alguns riscos quanto à estrutura narrativa e estética.

Feuer (1984) pontua como as políticas econômicas da televisão estadunidense influenciaram e ainda influenciam, a indústria e suas transformações. Os canais *narrowcast* em relação à sua programação sofreram uma mudança na ênfase dos números de audiência totais para uma compreensão demográfica, a partir dos anos 1970. A programação passa a ser cada vez mais destinada a grupos de audiência específicos (FEUER, p.4), tendência que já se comprovaria com o fortalecimento da televisão segmentada nos estados unidos nos anos 1980. Esse movimento acompanhou o enfoque nos formatos seriados, especialmente de drama, em um nicho de público específico de jovens adultos, prioritariamente urbanos. Essa aposta resultaria na eficácia do investimento em programação original de dramaturgia que se daria quase duas décadas depois.

Outro dado relevante é que, além da evidente mudança estética e aparência dos programas, as explorações do universo dos programas acompanham a segmentação de público, como forma de fidelizá-lo. A aposta em mais de uma franquia comercial a partir do mesmo universo dramático confirma essa natureza da audiência segmentada, como é o caso dos *spin-offs* das séries e seriados. Segundo Feuer, o *spin-off* pode ser brevemente definido quando um coadjuvante de um programa de sucesso se torna a estela de sua própria série de TV. Nesse contexto, antes de aprofundar o universo das personagens do *quality drama* dos anos 1980, a comédia dos anos 1970 já reestruturava algumas de suas convenções.

Nesse aspecto, mesmo a televisão aberta estadunidense, que se definia muito como um sistema que atendia a fórmulas antigas, comprovadamente eficazes, desenvolveu uma dinâmica de produção mais flexível; e essa seria uma das premissas da neotelevisão e da televisualidade.

Horace Newcomb<sup>43</sup> (1974) separa as comédias padrões, previsíveis, da TV aberta estadunidense – aqui ele se refere claramente aos *sitcom* - das comédias “quality”, como é caso da MTM. Nesse último caso ele as categoriza como “comédias domésticas”, nas quais há ênfase em personagens em contraponto à tradicional evidência para as situações cômicas que

---

<sup>42</sup> Índice que indica a fidelização do espectador.

<sup>43</sup> Ver Newcomb, Horace. *TV The Most Popular Art*. New York: Andreos Brooks. 1974.

definem a estrutura básica do *sitcom*. A situação cômica é aqui uma estratégia para revelação das personagens.

Um personagem profundo, ou redondo, parece mais real do que um plano, simplesmente porque profundidade é produzida quando se multiplicam o número de traços que podem descrever determinado personagem. Um personagem plano tem apenas algumas características, e ocasionalmente se refere a essa construção como uma “estereotipada.” (FEUER, 1984, p.36)<sup>44</sup>

Ainda no contexto da comédia, nos últimos anos da década 1980 a *HBO* começa a produzir um conteúdo humorístico diverso e pertinente para a sua estratégia comercial. Exemplos claros desse investimento são os casos da paródia de *talk-show* “*The Larry Sanders Show*” (1992-1998), vencedor de um *Peabody Award*<sup>45</sup>, além de uma grande variedade de apresentações de *stand-up comedy*, e o primeiro *Comic Relief Special*<sup>46</sup> (1986) na TV. Estes são exemplos que estabeleceram o canal de forma central no circuito humorístico da época, e associaram a marca *HBO* a importantes comediantes estadunidenses.

Em virtude de possuir um modelo de investimento e produção que era progressivamente mais receptivo aos anseios relativos a liberdade na produção de conteúdo televisual, a *HBO*, ao longo dos anos, se tornaria uma referência positiva no campo da criação; particularmente para os envolvidos na elaboração criativa da sua dramaturgia.

Esse movimento foi providencial na história do canal, mas antes de ser reconhecida por dramas seriados com excelente recepção de público e crítica, a partir do final dos anos 1990, parte de sua relevância criativa residia no conteúdo humorístico. As apresentações de *stand-up* foram substanciais no desenvolvimento e na disseminação do canal, e do seu registro de singularidade – claramente, esse registro tem a ver com o serviço que o canal vende para seus consumidores. Elas consistem em monólogos cômicos, previamente escritos pelo elenco de humoristas, e expostos em uma estrutura de *improvisação*. O canal obteve alguma credibilidade na história desse modelo de espetáculo, já que muitos comediantes como *Robin Williams*, *Eddy Murphy*, *Whoopi Goldberg*, *Steve Martin* conseguiram uma importante divulgação na construção de suas carreiras a partir das exhibições de *stand-up* da *HBO*.

---

<sup>44</sup> Livrement traduzido a partir do trecho “A round character seems more ‘real’ than a flat one simply because ‘roundness’ is produced by multiplying the number of traits ascribed to the character. A flat character has only a few traits, a process often referred to as stereotyping.

<sup>45</sup> Premio relativo as industrias de comunicação no Estados Unidos, provido pelo setor de jornalismo da *University of Georgia*.

<sup>46</sup> Programa com objetivos filantrópicos, conhecido por apresentar importantes nomes da comédia e recolher grandes doações para causas específicas, como o amparo da população de rua estadunidense, ou das vítimas de desastres naturais.

No final dos anos 1980, o canal é situado de forma central no circuito humorístico nos Estados Unidos. O sucesso da *HBO* nesse setor acarretou a criação de um setor de produção independente em 1990. A *Home Box Office Independent Productions (HBOIP)* tinha o propósito de comercializar a produção de conteúdo humorístico para outras emissoras. Séries como *Martin, Roc, The Ben Stiller Show and Everybody Loves Raymond* são exemplos de sitcoms que fizeram relativo ou até evidente sucesso sendo transmitidos por emissoras tanto de TV paga, como aberta.

A comercialização de conteúdo televisivo entre as emissoras - principalmente com relação a *HBO*, cuja estrutura financeira demanda esse tipo de movimentação - transforma a dinâmica da indústria televisiva no que diz respeito à versatilidade do conteúdo televisivo enquanto produto, o que necessariamente influi nas fórmulas e convenções genéricas que permeiam sua confecção. Os intermediários corporativos são circunstanciais e sujeitos às questões da própria indústria enquanto espaço competitivo nesse sentido. Quando, por exemplo, o canal *FOX* compra o direito de exibição de *Tales From the Crypt (Contos da Cripta*, no Brasil), a série, que não é apenas uma produção *HBO* mas também foi originalmente transmitida no canal (1989), é licenciada sob o título *HBO's Tales From the Crypt* (Cerone, 1994, p.2).

Estruturada pela retransmissão ou venda de seus conteúdos a *HBO* produz sua primeira grande série, *Dream On* (1990-1996). Uma evidência de sua organização comercial diversificada a essa altura é a versão da série sem nudez e outras questões que poderiam ser consideradas “excessivamente explícitas”, que foi preparada no decorrer da produção série, já antecipando sua retransmissão por outras emissoras. As TVs paga e aberta, nesse contexto, se influenciam também quanto aos modelos de produção televisiva, sendo ambas partes de uma mesma circunstância no que é relativo à televisão enquanto uma dinâmica da cultura. Os criadores de *Dream On*, Martha Kauffman e David Crane, chegaram a ser, por exemplo, responsáveis por um dos *sitcom* de maior sucesso da televisão *broadcast*, *Friends* (1994-2004, NBC).

Contudo, o enfoque desta discussão é como essas transformações na estética e no engajamento sensorial e afetivo do público, movimentado pela segmentação do consumo televisivo, conduziu a mudanças formais nos gêneros narrativos seriados da TV – especificamente no formato de drama seriado da televisão paga.

É inevitável, nesse sentido, situar a circunstância da narrativa na constituição das convenções que formulam os gêneros televisivos, ainda que seja fundamental perceber que esse não é um campo totalizante, mas de mediações, principalmente, quando se trata do meio televisivo, complexo múltiplo, pós-moderno, polissêmico.

Sarah Kozloff discute a narrativa televisiva analisando sua relação com a narratologia. A autora pontua a sua expansão em publicações nos anos 1960 e 1970, sua popularização nos 1980, mas situa seu surgimento, décadas antes.

As mesmas décadas que trouxeram a invenção, o nascimento e o desenvolvimento da televisão broadcast, também tiveram papel importante na evolução de um novo campo crítico, a narratologia, em poucas palavras, a teoria da narrativa. Essa teoria tem suas raízes na União Soviética, ao final dos anos 1920, especificamente no trabalho dos formalistas russos e de Vladimir Propp; desde então, foi alimentada por estudos de um grupo internacional de linguistas, semiólogos, antropólogos, folcloristas, críticos literários, e teóricos cinematográficos. No entanto diversas pessoas fizeram extraordinárias contribuições, o campo não se resume ao trabalho ou à autoridade das suas figuras fundadoras. Além disso, mesmo que os pesquisadores provenham de diferentes doutrinas e estudem várias questões em uma diversa seleção de textos, o campo tem sido (comparativamente) livre de disputas tensas. Tópicos foram levantados, examinados, debatidos e testados até um contorno geral de estrutura e processo narrativo emergir e ser difundido, -se não absoluto, consenso. (Kozloff,1992, p.52)<sup>47</sup>

É importante pontuar que há todo um campo de teorias da narrativa que se voltam para os gêneros narrativos, e até mesmo não-narrativos, televisivos. Não caberá a este trabalho, contudo, aprofundar a relação da narratologia com a narrativa televisiva seriada, muito porque este tipo de análise enfoca as estruturas do texto em si, o que, para a abordagem desta pesquisa, não dá conta das aberturas textuais das formas narrativas televisuais e sua relação com os distintos modos de atenção e espectralidade.

Contudo, o drama de uma hora de duração da TV paga, aqui discutido, apresenta algumas convenções genéricas que, além de sua experiência sensorial - que também será discutida – representa uma importante ênfase nas estruturas narrativas da serialização e da

---

<sup>47</sup> Tradução livre do trecho – The same decades that have brought the invention, birth, and increasing maturity of broadcast television have also played host to the development of a new critical field, narratology, or more simply, narrative theory. This theory has its roots in the Soviet Union of the late 1920s, specifically in the work of the Russian Formalists and Vladimir Propp; it has since been fed by studies of diverse, international group of linguist, semiologists, anthropologists, folklorists, literary critics, and film theorists. Although several people have made outstanding contributions, the field does not rest on the work or the authority of any founding figure(s). Moreover, although the practitioners come from different disciplines and study various questions in a diverse selections of texts, the field has been (comparatively) free of heated dispute. Topics have been raised, sifted, argued and tested until a general outline of narrative structure and process has emerged and won widespread -I not absolu t- consensus). Ver Kozloff, Sarah. "Narrative theory and television." *Channels of discourse, reassembled* (1992).

autoria que residem, também no texto; ainda que este sejam sempre atravessados pela recepção, audiência e formas de consumo televisivo que o moldam.<sup>48</sup>

## 1.2 HBO, drama seriado e Quality Drama

A partir da década de 1980, absorvendo características do que Caldwell chamou de televisualidade, o drama seriado não somente mudou sua estética, na qual passa a predominar a imagem cinematográfica, mas foram dados alguns pontapés no sentido de séries com um nexo argumental geral muito forte, que se mantinham através de diversos episódios e sustentam uma trama principal, além de uma ou duas secundárias. E esse é um dos elementos fundamentais para a estilização do canal HBO e sua dramaturgia.

Kozloff introduz o que seria um princípio para se estabelecer uma análise a respeito de uma “estrutura narrativa”. Esta pode ser repartida entre história, ações actanciais e relativas a um personagem, e discurso, estratégias de enunciação utilizadas para contar uma história. Entretanto, esta é uma distinção que reside muito no campo teórico e que, assim como os gêneros televisivos, podem ser um melhor suporte para análises televisuais quanto entendidas tanto a partir de sua autorreferencialidade quanto em sua perspectiva mediadora de fenômenos culturais e históricos.

Nesse sentido, Seymour Chatman agrupa personagens ou demais agentes actanciais na categoria de “existente”. Desse modo, os eventos da cronologia, somados aos *existentes* são os elementos básicos na construção de uma história. A autora dialoga com Roland Barthes e Chatman sobre a progressão histórica dentro da narrativa, a fim de analisar uma possível organização dos eventos.

Nem todos os eventos são de igual importância, como Roland Barthes foi o primeiro a pontuar. Pode-se definir uma hierarquia entre os eventos que ativamente contribuíram com a progressão da história e/ou abrem opções (Chatman intitula núcleos) e esses eventos que são mais ordinários (chamados satélites por Chatman). (KOZLOFF, 1992, p.54)<sup>49</sup>

Para a Kozloff, contudo, as narrativas televisivas costumam dar menor ênfase e trato às locações, ou “arenas”, que compõem o universo dos programas, subutilizando-as e

---

<sup>48</sup> Essas características que definem o consumo, mas também a linguagem, são componentes que naturalmente estruturam seu modelo de narrativa. A estrutura do argumento da duração do episódio, a construção dos personagens, etc.

<sup>49</sup> Tradução livre do trecho – Not all story events are of equal importance. As Roland Barthes was a the first to point out, one can determine a hierarchy between the events that actively contribute to the story's progression and/or open up options (Chatman labels these *kernel*s) and those events that are more routine or minor (Chatman's *satellites*). Ver Kozloff, Sarah. "Narrative theory and television." *Channels of discourse, reassembled* (1992).

estabelecendo construções não singulares ou evocativas. Para a autora, ainda, os personagens são centrais nessas narrativas, mas através de fórmulas indistintas, lugar-comum. Nessa construção, o que motiva o engajamento do espectador seria o “texto estelar” que acompanha o elenco principal? O universo do elenco seria maior que o universo das personagens, nessa perspectiva?

É evidente, porém, que a autora se refere a modelos de produção e criação que atendem à estética da televisualidade de que fala Caldwell, mas não da *televisualidade imersiva* a que esse trabalho se refere. Mesmo porque suas publicações datam de antes da nova “virada televisual” que os dramas seriados contemporâneos – os dramas de uma hora da HBO, por exemplo. Cabe então identificar os elementos de distinção entre esses modelos narrativos, se eles realmente existem.

Nesse ínterim, as formulações narrativas da ficção televisiva ficam mais didaticamente identificáveis quando subdivididas em algumas categorias de análise tais como discurso, tempo e cronograma. Ou seja, a forma de enunciação, a temporalidade do programa e o tempo da espectadorialidade. Nesse sentido, ainda que as postulações de Sarah Kozloff sejam referentes às narrativas do *broadcast* e a um período anterior ao drama de uma hora seriado da HBO pós-1990, ele aponta algumas definições que servem à compreensão do formato. Tais elementos compõem de formas distintas o que Kozloff define como série e seriado.

Seriado se refere a aquele show cujos personagens e configurações são reciclados, mas a história se conclui em cada episódio individual. E as tramas são reassumidas depois de determinado hiato. Um seriado é então similar a uma antologia de pequenas histórias, enquanto a série é como um romance Vitoriano sequenciado. Séries podem ser divididas entre aquelas que eventualmente terminam (minisséries pertencem a esta categoria), e as, que como as *soap operas*, podem ser canceladas, porém sem chegarem a uma conclusão, um novo equilíbrio. (KOSLOFF, 1992, p. 70).<sup>50</sup>

As séries de narrativa fechada e episódios autoconclusivos propõem uma espectadorialidade que transcorre através de um engajamento mais pontual e, por essa razão, mais fácil. Séries com arco de temporada extenso, por outro lado, oferecem uma forma menos linear e uma resolução a longo prazo. Essa característica evidencia as razões pelas quais o

---

<sup>50</sup> Tradução livre do trecho – Series refers to those shows whose characters and settings are recycled, but the story concludes in each individual episode, and the threads are picked up again after a given hiatus. A series is thus similar to an anthology of short stories, while a serial is like a serialized Victorian novel. Serials can be further divided into those that do eventually end (despite the misnomer, miniseries belong in this category) and those, such as soap operas, that may be cancelled but never reach a conclusion a new equilibrium. Ver Kozloff, Sarah. "Narrative theory and television." *Channels of discourse, reassembled* (1992).

risco de afastar o espectador fez com que o *broadcast* tenha tido êxito em apostar comercialmente no formato até os anos 1970.

Ainda, as convenções genéricas do “quality drama” são reiteradas por seu consumo na TV a cabo orientada para diferentes públicos, segmentados. O que, do mesmo modo, amplia as possibilidades da ficção seriada de expansão de universo e a complexifica sua atmosfera dramática. Isso se dá porque há nessa forma de consumo, um tipo de fidelização, imersão conteudística e engajamento afetivo que possibilitam tanto a experimentação formal quanto a proliferação de séries com arcos de temporada, episódios abertos; ou seja, o modelo de serialização não procedural é mais um elemento constitutivo do formato do “quality drama da TV paga” Como coloca SILVA (2015) o drama está ligado às taxonomias do teatro e da literatura.

Ele encontra sua fonte no teatro grego de natureza trágica e na tradição epistemológica que, através dos séculos tomou como regra diversos elementos conceituais da poesia aristotélica e criou, como isso, modelos artísticos, mais o menos herméticos, que se manifestaram em obras de diferentes nacionalidades épocas e estilos. (SILVA, 2015, p.128).

Ainda, ao discutir a origem do drama seriado contemporâneo o autor aponta para componentes da ficção televisiva atual.

A nossa hipótese, nesse momento, é que a relação entre o drama e a épica, ou seja, a intensidade concisa do episódio e a distensão narrativa da temporada, proporcionam um duplo engajamento sensorial que exige, de um lado, a vivência febril da violência dramática condensada em uma hora de exibição contínua, e o prazer vagaroso, em jogo brando, do desenrolar da narrativa em semanas, meses e anos de exibição prolongada (SILVA, 2015, p.129)

Nessa análise, o autor associa a unidade “episódio” à natureza dramática e a temporada à qualidade épica do drama, e o faz, contudo, sem polarizar esses dois processos. Pelo contrário, o drama seriado de uma hora faria para Silva, em síntese das duas instâncias o que ele chama de “drama seriado contemporâneo” é precisamente o drama de uma hora da TV paga. Formato que definiu também a programação original do Netflix, por exemplo.

### **1.3 TV de qualidade na HBO e gênero televisivo**

Analisar o *drama seriado* da *HBO* é também problematizar o gênero televisivo e suas categorizações e taxonomias organizacionais reconhecíveis. Evidente que há uma imensa sorte de formas, formatos tendências dos canais abertos e segmentados constantemente se reinventando em uma indústria na qual a lógica da programação e do consumo impulsionam constantes transformações e uma imensa oferta de programas.

Nesse sentido, o gênero televisivo orienta possíveis análises de conteúdo na medida em que o separa em categorias genéricas didáticas e “visíveis”. É o caso da terminologia “quality drama”, que subdivide ainda mais o gênero drama a partir do formato de programa, sua estética e componentes formais audiovisuais e o entendimento de audiências demográfica. Afinal “etiquetar” um “drama de qualidade” pressupõe todo um aparato das marcas e suas estilizações que, nesse sentido, afirmam uma “audiência de qualidade”. Ou seja, quando da divisão de uma espectralidade de nicho você define um público com um perfil específico - nesse caso, jovem-adulto urbano - como um público de qualidade, fica mais evidente o quanto a “inovação” ou a “qualidade” perpassam uma estratégia comercial. Nesse aspecto, analisar através do gênero televisivo é ao mesmo tempo um facilitador genérico e uma questão de ordem ideológica e cultural; afinal, nem todas as categorias são de tão evidente identificação, por sua hibridação natural com outros gêneros, hipertextos, outras expressões artísticas, e quando uma análise qualifica, sofisticada e hierarquiza uma audiência, ela deixa de considerar uma imensa possibilidade de espectralidade que não se enquadra nesse suposto padrão. Essas classificações não deixam de aludir às frágeis categorizações de alta cultura e cultura popular, cinema de arte e cinema para consumo em massa, etc.

Além disso, sistemas de organização e de categorização genéricos na modernidade sugerem uma interpretação crítica, dada sua polissemia e *impureza*. Ainda, e de forma mais global, indicam seus desdobramentos na modernidade com a valorização enquanto categorias de consumo. Segundo Vera Lúcia Follain de Figueiredo (2004, pg. 242) a respeito dos critérios para diferenciação entre os produtos de massa e da chamada alta cultura, eram eles uma resposta do modernismo à cultura de massa.

“Um desses critérios, amplamente utilizados no século XX, pelos pensadores da arte e da comunicação de massa, diz respeito à maneira como cada um dos dois campos se relaciona com os gêneros de discurso preestabelecidos. Costumava-se salientar, por exemplo que, na cultura de massa, não existia aquela contradição dialética entre a obra e seu gênero, característica da arte - ao contrário, a obra-prima de massa podia ser definida como aquela que melhor se enquadrava, nas convenções. Por outro lado, destacava-se que o grande escritor se contrapunha aos limites impostos pelos gêneros,

desafiando as suas regras para afirmar a liberdade de criação e o estilo individual” (FIGUEIREDO, 2004, p. 242)

Mas, o que seriam estas fronteiras diante textos midiáticos mundializados e polissêmicos? Não são as próprias convenções abertas a múltiplas possibilidades de leitores e leituras?

No que tange a instabilidade da categorização genérica, tanto na dificuldade de os limites do gênero quanto na possibilidade de que essas bordas englobem a ambiguidade e a polissemia desses textos, Jacques Derrida (1990) contradiz a definição de “essência” genérica ou identidades fixas na análise dos gêneros. Ele, por outro viés, entende suas categorias como formações subjetivas (p.224)

Já segundo Ralph Cohen (1986) “gêneros são categorias abertas”. Mas Cohen pondera quando afirma que esse processo perpassa a necessidade humana para a distinção formal e a inter-relação. Ou seja, ainda que esteja posta a ambiguidade das categorias genéricas o autor ressalva a importância do gênero para a análise crítica moderna, diferente do que aponta Derrida.

Os estudos de gênero têm encontrado alguma ressonância e reatualizado a sua crítica e seu método na cultura as mídias e, especificamente, na televisão. Principalmente quando associados às transformações genéricas dos anos 1970 (quality comedy) e 1980 (quality drama). Feuer, nesse ínterim, estrutura os estudos dos gêneros televisivos em três abordagens: estéticas, ritualística, ideológica. Contudo, ainda que esses níveis perpassem elementos cruciais para a constituições do meio televisivo - tais como autoria e estilo (estética), bem cultural atravessado entre indústria e audiência (ritual) e gênero como mecanismo de controle ideológico dos patrocinadores sobre o texto – eles sozinhos englobam todo a dinâmica da cultura e, por essa razão, não podem ser categorizados sem criticismo.

Jason Mittel (2004) também complexifica os estudos de gêneros na televisão, analisando-as além dos limites do texto. Em suma, aponta áreas extra-textuais tais como a necessidade de também interpretar indústria, audiência e história no exame de suas categorias possíveis, convenções e normas.

Steve Neale (2001) aponta que categorias como narrativa de ficção, filme e TV, seriam genéricas por natureza, assim como haveriam aspectos genéricos para as muitas instâncias da produção cultural, nas quais se manifestam em sua multiplicidade.

Esses pontos sublinham a natureza multidimensional do gênero em si: seus muitos aspectos, os numerosos sentidos que pode ter e os numerosos usos analíticos em que pode ser colocado. Gênero pode significar categoria ou classe, genérico pode inferir em algo construído ou comercializado para consumo de massa; gênero pode expressar um corpo ou agrupamento, genérico pode significar compreensível por convenção; gênero pode remeter a estereótipo; genérico pode se referir aos aspectos da comunicação que envolvem expectativa; e assim por diante. Quando se pensa em gênero e televisão, é pertinente manter essas dimensões em mente. (NEALE, 2001, p.5)<sup>51</sup>

Neale dialoga com Feuer (1992) a fim de relacionar o zapping e a segmentação dos canais, e seu consumo de nicho, com fortalecimento das taxonomias dos gêneros televisivos. O autor entende que estas são questões de uma grande e crescente complexidade, uma vez que sua multiplicidade é agregada pelas mudanças que se dão na distribuição e consumo dos programas de TV no decorrer dos anos 1980 até os anos 2000. Entre as características enumeradas por Neale, o advento do controle remoto, o surgimento de muitos canais de TV por assinatura e a transmissão via satélite ajudaram a gerar a tendência de “zapear” de um canal ao outro.

Juntamente com a chegada da gravação de vídeo (VHS), essas tecnologias motivaram uma fragmentação e personalização do consumo de programas e gêneros, gerando dificuldade para alinhar leituras ritualísticas ou ideológicas dos programas e gêneros com audiências contemporâneas e determinados públicos, com um crescimento gradual da divisão de públicos por nicho. Tanto Neale (1995) quanto Feuer (2007) falam de um momento em que a televisão “clássica” ou como era tradicionalmente entendida até essas transformações é crescentemente reciclada. Pode-se entender aqui o caso da programação de ficção HBO nos Estados Unidos como exemplo. Mesmo antes de produzirem séries originais, quando o enfoque em narrativas ficcionais era na exibição de filmes somente, entendia-se que o público destinado era um público específico seja por se tratar de uma assinatura premium, seja por conter elementos de violência ou apelo sexual. Entendido isso, sua programação precisa conhecer cada vez mais os quereres destas audiências específicas para

---

<sup>51</sup> Tradução livre do trecho – These points serve to underline the multidimensional nature of genre itself: its numerous aspects, the numerous meanings it can have, and the numerous analytical uses to which it can be put. Genre can mean ‘category’ or ‘class’, generic can mean ‘constructed or marked for commercial consumption’; genre can mean a ‘corpus’ or ‘grouping’, generic can mean ‘conventionally comprehensible’; genre can mean ‘formulaic’, generic can mean ‘those aspects of communication that entail expectation’; and so on. When thinking about genre and television, it is useful to bear all these dimensions in mind. Ver Neale, Steve “The genre television genre book”. *Second edition (2001)*.

transformar ou sofisticar sua produção em função da destinação final, porque *OZ* (1997), série que retrata o cotidiano de presidiários sem economizar em sangue e violência como toque de realidade, só foi uma aposta possível porque as pesquisas apontavam para uma predominância de público homem e adulto.

Ao mesmo tempo, a proliferação de canais de gênero como Comedy Central, Sci-Fi, MTV, CNN, e TCM, juntamente com práticas como o zapping, implicam na rápida instalação das habilidades de reconhecimentos de gênero - sugerem que o gênero, com cada uma de suas facetas e dimensões, continua central na televisão, nas suas organizações, sua audiência e consumidores. Ele não é abandonado nestas transformações de linguagem, mas reciclado a partir de uma nova experiência de público da televisão. (FEUER, 1992, p. 158).

Como comenta Mittel (2007), o gênero televisivo vem crescentemente sendo estudado enquanto parte de todo um sistema de produções e consumo televisivos, não apenas ‘texto’. Ou seja, novamente, é reiterada o quanto as práticas de audiências e marcas de estilos são parte integrante do processo de criações e constituição dos gêneros. Gêneros, nesse sentido, podem ser entendidos como categorias culturais que circulam no âmbito da programação televisiva.<sup>52</sup>

Gêneros televisivo e formatos de programas são notoriamente híbridos (Allen, 1989) e vão tornando mais ainda. John Ellis, na primeira edição de *Visible Fictions* (1992), assertivamente contornou as divergências entre seriado e série. Uma das diferenças chave, parecia ser, o uso de episódios autossuficientes como relativa autonomia nos seriados, em contrapartida das séries que recorrem a uma cronologia contínua aonde os personagens apreendem a cada episódio. Hoje, existem elementos das séries em muitas ficções que indústria considera seriado. (TURNER, 2001, p.8)<sup>53</sup>

O canal HBO se mantém fundamentalmente associado a um registro de excelência ao longo dos anos, e isso é resultado da coesão entre dois momentos muito diferentes em sua historiografia. O primeiro é seu início, e a sucessão de investimentos que marcam simultaneamente a sua história e a da televisão paga estadunidense, como a própria criação do canal, e a aposta na tecnologia de distribuição a satélite. A HBO nasce junto com a indústria de TV paga e protagoniza sua história até o final dos anos 1970, quando a diversidade de emissoras e iniciativas rapidamente dissolve essa condição por constituir a indústria como um

---

<sup>52</sup> Isso para Mittel seria dizer que os gêneros são criados por um processo cultural categorizante em si.

<sup>53</sup> Tradução livre do trecho – Television genres and programming formats are notoriously hybridized (Allen, 1999) and becoming more so. John Ellis, in the first edition of *Visible Fictions* (1982), confidently outlined the difference between the series and the serial. One of the key differences, it seemed then, was the series use of self-contained episodes with relatively autonomous plot-lines as gains the serial’s use of continuing storylines with characters who learned from episode to episode. Today, there are elements of the serial in many of what the industry would regard as series. Ver Neale, Steve “The genre television genre book”. *Second edition* (2001).

contexto mais extenso. A centralidade da HBO em relação à TV por assinatura progressivamente iria se tornando apenas uma inferência historiográfica ao passo que a indústria se desenvolvia.

O segundo é na redefinição de seu modelo de negócio. A *HBO* não somente se reelabora diante das demandas que se impõe a todos os canais de *narrowcast*. A produção de conteúdo original é para o canal não só um investimento financeiro, mas uma reorientação de seu caráter corporativo. A *HBO* pretende se estabelecer no desenvolvimento de conteúdo televisivo, e não somente na sua transmissão. Essa perspectiva pauta a política executiva do canal, que faz maiores investimentos em conteúdo do que os outros. A concretização desse progressivo sistema se comprova com o mais polêmico slogan adotado pelo canal, em 1996 “*It’s Not TV. It’s HBO*”. Priorizar o desenvolvimento de conteúdo e não sua transmissão, nesse interim, é priorizar a marca *HBO* e em detrimento do canal em si.

Resulta, então, em megaproduções televisivas, confeccionadas por grandes investimentos e formatos novos de produção que se adequassem a uma maior liberdade criativa da equipe. A intenção do canal é que tudo isso convirja em um produto final com maior elaboração no caráter de obra artística, novamente, surge o termo TV de qualidade associadas às taxonomias de gênero. Estas, são consequência do específico sistema de produção *HBO*, traduzido como um selo de qualidade e associado com exclusividade a marca *HBO* - mesmo que as produções sejam retransmitidas com frequência em outras emissoras, pois, mais uma vez, é a marca que está em enfoque, não o canal. Essa premissa última serve tanto à HBO estadunidense quanto à sua expansão na América Latina, e na HBO Brasil. A marca está em destaque, não o canal. Assim, seu conteúdo é altamente estilizado e sua estética mundializada (MUANIS, 2014).

Esse sistema demanda investimentos colossais na produção e depende de competências criativas e, portanto, poucos administráveis. A grade do canal não se preenche apenas com essas produções “artesanais”, não o permitindo abrir mão da exibição de filmes e formato produtivo de maneira geral, não está em conformidade com as dinâmicas de produção para cultura de massas que, na presente abundância de operações, desabitua o público em geral para o tipo de produto *HBO*.

Não é, portanto, um modelo de produção essencialmente lucrativo. Ele depende de uma identidade de marca bem definida, aclamada, popularizada e estável para se sustentar com relativa segurança, e ainda sim tem condicionalmente na sua dinâmica grandes

investimentos em empreitadas não necessariamente seguras. Tamanha especificidade faz do sistema virtualmente inaplicável de forma lucrativa, sendo proveitoso apenas na circunstância em que se desenvolveu. Isso garante então que as particularidades estéticas e potências desse sistema produtivo, sejam patente da *HBO* e que, portanto, sejam agregadas a identidade da marca de forma exclusiva.

Na prática, essas particularidades são compreendidas pelo público como pontos em comum entre as produções de maior sucesso no canal, que consistem em algumas características estéticas e na qualidade de obra artística para TV. Isso justifica os riscos de investimento produtivo que o canal percorre, a pouca quantidade de produções (em comparação a outros canais, que contam com um processo mais ágil e menos meticuloso) e até a ocasional falta de programas de sucesso em um período longo do tempo – sem que isso deprecie ou desconfigure o nome *HBO*, na cultura globalizada-, visto que no imaginário coletivo a marca *HBO* está segura e fixamente relacionada a um conteúdo televisivo “de qualidade”, sofisticado. Posição que coincidentemente o canal afirma desde sua criação e reitera de forma coesa sua que sua propaganda é, ao final, tão pretenciosa quanto assertiva.

Nesse sentido, talvez seja válido refletir sobre o fato de o conceito de uma televisão de qualidade poder ser variável de lugar para lugar: de público, de estilo, de atributos na forma e no texto. Poder-se-iam, por exemplo, somar a esses aspectos a ética, a igualdade e a regionalização, bem como seu potencial educativo, de acordo com as demandas e as expectativas locais – ou não. Desse ponto de vista, portanto, o conceito de qualidade seria inicialmente complicado, por obedecer a demandas distintas de uma televisão em seu próprio espaço, diferindo-se pelo mundo. A proposta que se faz aqui é de deslocamento no conceito teórico de televisão de qualidade, no entendimento de que pensar tal conceito a partir de programas seja tributário de variáveis contextuais que o impedem de ser uma teoria aplicável a toda e qualquer televisiografia. Ou seja, a proposta preliminar deste trabalho é de que há a possibilidade de uma qualidade na televisão como um conceito teórico amplo que possa ser utilizado e debatido como variável em diversas televisiografias. (MUANIS, 2015, p. 100)

A esse respeito, é importante perceber que a estratégia de valoração da marca *HBO*, se contextualiza a sob a égide da indústria televisiva e não a submete. O aspecto de exclusividade no qual o canal investe não desmente a condição de que o conteúdo criativo e executivo, que podem corroborar com sua afirmada distinção, são elaborados na mesma circunstância sócio cultural sob a qual os outros canais de TV também desenvolviam e desenvolvem sua programação. As produções, por vezes, partilhavam dos mesmos elementos humanos e se influenciavam mutuamente no contexto de obra criativa.

As dinâmicas da audiência de nicho na televisão estadunidense não se situam apenas como estratégia de venda do produto televisivo, mas recontextualizam todo o modelo comercial e executivo da indústria. Não se trata aqui de um acontecimento substancialmente novo, mas fundamentalmente, do surgimento de um olhar mais atento às movimentações da espetatorialidade à medida que a televisão se complexifica enquanto fenômeno cultural.

Nesse interim, o objetivo do marketing televisivo, se baseia não na construção de uma estética corporativa que aglomera qualidades ou argumentos de venda, mas na significação da marca no imaginário coletivo. Essa necessariamente se constitui no campo da espetatorialidade, e na relação identitária entre marca e consumidor. A compreensão de audiência de nicho, se refere a um recorte desse imaginário coletivo a partir do qual o canal pretende intuir um sujeito definido e ter uma perspectiva mais nítida da sua relação com ele.

A compreensão dessa dinâmica individual e suas relativizações em grande escala é muito mais esclarecedora em relação ao potencial lucrativo das empreitadas assumidas pelos canais, do que a dinâmica estrategista adotada pelas emissoras de TV aberta no período de sua hegemonia. A competitividade engendrada pelo nascimento da TV paga, desperta uma necessidade nos canais, de correr mais riscos. E a segurança do modelo de negócio que sucede, depende de um maior entendimento das dinâmicas da comunicação como ciência. A perspectiva unilateral dos canais de televisão até meados dos anos 1970 - resultado de ter sua renda condicionado aos objetivos de uma indústria paralela - não permitia a elucidação dessas movimentações que, na realidade, definem a televisão como meio de comunicação.

A marca *HBO* que esse capítulo pretende situar, ou seja, no que diz respeito a produção estética e executiva original seria o cerne estrutural que permite e justifica a criação de novos formatos narrativos, como o drama seriado de uma hora.

"Assim, vale finalizar reiterando que o drama seriado contemporâneo se define enquanto forma artística própria a partir do modo como engendra um mecanismo dramático que possui, dentro de sua estrutura mais profunda de origem do drama seriado contemporâneo significados, um equilíbrio tenso entre as forças episódicas e seriais, de modo que um potencializa e sustenta o outro. No entanto, não se trata de uma forma híbrida (em que os elementos específicos emergem e se destacam da fatura expressiva do todo), mas de uma síntese, de uma organização dramática nova, que concede à temporada, enquanto estrutura narrativa, uma dimensão progressiva e climática típica do drama, e ao episódio, enquanto unidade dramática, a dispersão e a encadeamento narrativos típicos da épica. Por outro lado, no episódio também se pode vivenciar a unidade semântica de uma experiência dramaturgica unitária (distante, porém, dos dispositivos esquemáticos das narrativas procedurais) e, na temporada, somos capazes de reconhecer, a partir de uma

escavação compassada na superfície da história, as profundezas complexas de um mundo impossível de ser apreendido como uma verdade absoluta. A essência do drama seriado contemporâneo está precisamente nessa dialética." (SILVA, 2015, pg. 141-142)

O processo de confecção identitária da *HBO* atinge uma determinada maturidade no momento em que o canal alcança uma maior coesão como marca criadora de conteúdo cultural, configurando o atual significado da *HBO* na cultura do entretenimento globalizado. Isso se materializa com o início da produção do drama seriado no canal.

*OZ* (1997- 2003) é uma série que representa bem a ideologia produtiva do canal. Sua narrativa se dá em uma prisão estadunidense e sua exibição comporta cenas de nudez, todo tipo de linguagem “obscena” e muita violência. O conteúdo que de forma alguma seria representado pelos outros canais - por obviamente desagradar qualquer público conservador - era somado a *profundidade* da caracterização das personagens para justificar uma *estética do real*.

Em 1999 o canal dá início a transmissão de *Família Soprano*, programa considerado *Magnum opus* do canal enquanto produtora de conteúdo cultural.

O que estas diversas análises de alguns aspectos da *Família Soprano* deixam claro é que o slogan de marketing tão convincente da HBO, a tentativa de distinguir esse canal por assinatura de outras formas mais disponíveis de televisão, não consegue desmerecer o fato que esse seriado, como outros “Seriados Originais da HBO”, está totalmente fundamentado na “TV” que se conhece há quase meio século. Contudo, isto não significa que não há diferenças entre o que está disponível nesta oferta “premium” de cabo/satélite e o que está disponível a em todas as audiências na televisão aberta. As diferenças são, primeiramente, econômicas. *Família Soprano*, através da HBO, custa mais e custa diretamente. Mas, como toda televisão, a economia material está inexoravelmente ligada à economia cultural. Não é pura coincidência que quando os produtores de *Família Soprano* e outros seriados da HBO aceitam os prêmios mencionados no início deste ensaio, eles sempre adicionam a frase “agradecemos a deus pela HBO”. O que a economia material torna possível é uma relação diferente com o “conteúdo”, com a “audiência” e com a cultura expressiva, e essas diferenças estão no cerne dos novos significados de “TV” dos quais depende a HBO – os significados da Televisão pós rede” (Newcomb. H, 2007, p.77)

Elaborações e estratégias a partir da compreensão dos conceitos de audiências de nicho e espectralidade, permeiam a obra *Família Soprano* em todas as suas instâncias. Por exemplo, sua popularidade, somada a complexidade de seus desfechos narrativos

(significando o impacto no espectador), causam o fenômeno do *buzz* que alimenta sua popularidade. A respeito da repercussão crítica da série, foram recebidas 111 indicações a prêmios *Emmy*, das quais 21 resultaram na premiação da série. Além de ter tornado um objeto comum no que se refere a pesquisas relativas a ficção televisão.

#### **1.4 HBO LATIN AMERICA E HBO BRASIL: DESDOBRAMENTOS NA TV SEGMENTADA BRASILEIRA**

No Brasil, ainda que a as televisões sejam concessões do Estado, elas são difundidas em capital privado. Deste modo, desde a sua fundação nos 1950, foi fomentado, em diferentes instancias produtivas, um modelo televisivo prioritariamente comercial, com grandes investimentos também na ficção seriada, especialmente em *telenovelas*.

Todo o processo de regulamentação da televisão brasileira convergiu para a formação de redes nacionais especialmente a partir do regime militar, em 1964. Nesse período, a interferências no conteúdo através de censuras e demais políticas restritivas quanto ao conteúdo, que não será aqui aprofundado, foi acompanhado pelo investimento em tecnologia que permitisse o fortalecimento das telecomunicações. Nesse contexto foram ampliadas as tecnologias de transmissão para fins de controle ideológico do estado, mas com o fim da ditadura, a tecnologia de transmissão possibilitou formação de uma espectralidade bastante fidelizada em relação à ficção seriada, e que cujo consumo é muito condicionado ao conteúdo da televisão aberta, especialmente a Rede Globo. O elogio da qualidade através da televisualidade, no Brasil, também se mistura à porosidade entre cinema e televisão. Contudo, algumas das características mais elencadas por Caldwell podem ser encontradas também nas séries da Globo ou da extinta TV Manchete. Pantanal, Renascer, Cananga do Japão ou Rei do Gado tem em comum, além do modelo de serialização da telenovela, a exuberância visual, a imagem cinematográfica, ainda que mesclada ao padrão visual das produções Globais, marcas estilísticas notáveis.

O que muda com a produção de dramas seriados da TV brasileira segmentada é a criação de novos padrões de espetatorialidade, a ênfase nos elementos de gêneros, possível por buscar esse público de nicho, e por apresentar elementos dessa televisualidade imersiva que esse trabalho se propôs a debater e analisar.

Essa é uma característica do consumo televisivo brasileiro que começou a mudar principalmente na última década, bem tardiamente em relação a demais países da América Latina, onde já se difundiu a TV paga há mais tempo.

O estabelecimento da televisão paga no Brasil despontou no final dos anos 1980, quando a TV segmentada, especialmente a estadunidense, já havia se fundamentado como fenômeno comunicacional e de audiência. A espetatorialidade dos programas a essa época já havia se estabelecido a partir de uma atenção prioritariamente neotelevisiva.

Do mesmo modo, a TV aberta brasileira também se definia a partir de outras visualidades e estéticas ao que estabelecia sua força comercial pautada em um modelo de narrativa seriada específico, novamente, a telenovela.

Nesse primeiro momento da TV paga brasileira, os canais se restringiam quase que em sua totalidade em distribuir conteúdo dos canais pagos internacionais. Não havia ainda um cuidado específico com a destinação desses programas à audiência brasileira de televisão, o que se refletia por exemplo na exibição de conteúdo sem legenda ou dublagem.

Lilian Fontes Moreira (2012) comenta os paralelos entre a TV paga no Brasil e nos Estados Unidos.<sup>54</sup>

A TV a cabo no Brasil teve seu início no ano de 1958, da mesma forma que nos EUA, no entanto, devido às políticas de comunicação e políticas econômicas que foram sendo forjadas pelo executivo e legislativo brasileiro, a sua implantação se deu a partir de 1989. Em 1991, grandes grupos de comunicação ingressaram no setor cabendo às Organizações Globo o maior volume de investimentos, criando a GLOBO SAT. Com o maior número de canais de TV a cabo, hoje é a maior programadora de TV por assinatura da América Latina e a líder de mercado no Brasil, com 37 canais (26 canais em SD + 10 canais em HD e um canal internacional). (MOREIRA, 2012, pg. 2)

---

<sup>54</sup> Ver Moreira, L. F. Mudanças de Perspectivas na Ficção Televisiva Brasileira. GP Ficção Seriada, DT 4 Comunicação Audiovisual. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza, CE. 2012. Acessado através do link: <http://lilianfontes.com.br/wp-content/uploads/2015/08/A-narrativa-seriada-televisiva.pdf> Data do último acesso: 12/12/2015.

Everton Souza Lima, em sua dissertação de mestrado “A lei da TV paga: Impactos no mercado audiovisual” (2015), observou o processo de regulamentação através do serviço especial de TV por assinatura no final dos anos 1980.

Nessa época, surge o primeiro texto legal, o decreto 95.744, de 23 de fevereiro de 1988, que regulamentava, sem discussão pública, o chamado serviço especial de televisão por assinatura, que serviu para tratar do UHF codificado e do satélite. A transmissão do serviço por cabo foi regulamentada pela portaria 250, em 13 de dezembro de 1989, que implantava o serviço de distribuição de sinais de TV paga por Meios físicos, o DISTV. No governo Collor o número de autorizações chegou a 106, que potenciam em grande parte a estrangeiros a maioria argentinos. (LIMA, 2015 p.21)

Já em 1991, o grupo abril começa a exibir conteúdo de canais estrangeiros; mesmo ano em que o grupo Globo decide entrar no mercado da TV paga via satélite, criando assim a Globosat. Com o fim da distribuição de licenças em 1991, os grupos Globo e Abril encontraram caminho para a ampliação de seus mercados na compra de operações de cabo e MMDS de outras empresas.

Um das estratégias utilizadas pela globosat para diferenciar seus produtos e continuar crescendo nesse mercado foi fechar acordos de exclusividade com estúdio de *hollywood: MGM* (Metro Goldwyn Mayer), *Paramout*, *Twenty Century Fox* e *Universal*, para qualificar o telecine, seu canal de filmes. Assim, pouco a pouco a programadora ia constituído barreiras estéticas produtivas a medida que conseguia fechar novas acordos. (LIMA, 2015 p. 21)

O Grupo Globo, era associado à RBS e ao multicanal, via Net Brasil, responsável pela distribuição de pacotes de programação e franquias de comercial. No final de 1994, a Net Brasil já alcançava a liderança no setor (52%). Já no ano 2000 o número de assinaturas da televisão paga no Brasil chegava a 3,4 milhões. É nesse mesmo ano que a HBO Latin America cria uma *programadora* no Brasil, a HBO Brasil. O investimento se deu através de uma parceria com a TVA (Grupo Abril) e as três empresas que fazem parte da HBO Latin America: a *Sony Pictures*, a *Time Warner* e a *Ole Communications Group*.

A HBO Brasil oferece canais *premium* para TVs por assinatura no Brasil retransmitirem. A primeira retransmissão a HBO estadunidense, com filmes da Warner e da Columbia/Tri-Star. O segundo canal *premium* da programadora foi o HBO2, que inaugurou

no Brasil o sistema *Multiplex*<sup>55</sup> quando este já estava difundido no resto do mundo. Basicamente, o canal HBO2 reapresentava a programação do HBO com seis horas de atraso.

Em 1997, o *Buena Vista International* passa a integrar o grupo HBO Brasil e este inclui, a partir de então, lançamentos dos estúdios *Walt Disney*, *Hollywood Productions* e *Miramax*. No mesmo ano, a HBO Brasil lança, ainda, um terceiro canal premium, o CineMax, criado nos Estados Unidos com intuito de complementar a programação de filmes.

Em 2000, o grupo lança o CineMax Prime, com uma programação voltada para cinema categorizado gêneros que transmitida apenas para o Brasil. Mas, o sinal da HBO Plus ainda não estava disponível para a TV brasileira, só sendo liberado três anos mais tarde, junto com a HBO Family. A HBO Brasil passou a contar então com cinco canais *premium*, além de suas versões em horários alternativos.

Nesse período, o Brasil passava por muitas mudanças relativas à transmissão de sinal televisivo. Foi criado em 2003 o Decreto n.º 4.901, que criou o Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre, ou SBTVD, e o Comitê de Desenvolvimento, que iria acompanhar o processo de distribuição nacional (Moreira, 2009).

Paralelamente, as TVs pagas começam a lançar conteúdo nacional, não apenas retransmitir conteúdos estrangeiros. Nesse contexto, a HBO Brasil começa a fazer parcerias com produtoras independentes brasileiras a fim de se reafirmar como marca produtora de conteúdo original, seguindo o padrão de expansão na Europa, na Ásia e nos demais países da América Latina. A primeira série lançada foi o seriado policial *Mandrake* (2005), que segue o padrão estético mundializado não da HBO dos Estados Unidos, mas tem algumas semelhanças estéticas com a produção latina da HBO. A narrativa ainda era procedural, com trama episódica e arco de temporada mais simples.

Nesse período a televisão brasileira ainda reinventava e criava novos padrões de consumo visual e conteudístico. Já no ano seguinte estreia *Filhos do Carnaval* (2016), de *Cao Hamburger*. Uma parceria da HBO Brasil com a produtora O2, que colocou no projeto um *modus operandi* que mais se parecia com as produções cinematográficas da produtora do que com os modos de produção da TV brasileira. Cabe pontuar que a dramaturgia televisiva da televisão aberta, representadas nas telenovelas da Rede Globo, apresenta produções caras,

---

<sup>55</sup> Dividir sua transmissão em dois ou mais canais, resultado de uma tecnologia digital compression transmission (compressão digital da transmissão).

com modelo de produção extremamente especializado e uma estética característica e estilizada. Mas, séries dramáticas nos formatos da TV paga internacional ainda não eram formatos muito difundidos na televisão brasileira, e ainda está sendo constituída uma linguagem própria – como já há a décadas no caso das nossas telenovelas e minisséries. Além disso, a maioria das redes de televisão aberta brasileiras tem seus próprios estúdios de gravação, e padrões de produção relativamente fechados, próprios.

Lilian Fontes Moreira pontua algumas transformações na tecnologia de transmissão da imagem televisiva, que datam do ano de lançamento da série *Filhos do Carnaval*. A televisão digital, na época, era uma realidade para apenas algumas regiões do país.

Em 2006, o decreto n. ° 5.820 cria o Fórum do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre, responsável por padronizar e harmonizar as tecnologias nacionais, desenvolvidas pelas universidades e centros de pesquisas brasileiros. A tecnologia escolhida para a implantação do sistema digital na televisão aberta brasileira foi o padrão japonês que utiliza o ISDB-T Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial (Serviço Integrado de Transmissão Digital Terrestre), considerado como o mais flexível de todos por responder melhor a necessidades de mobilidade e portabilidade. A partir de maio de 2008, teve início a campanha de popularização da televisão digital brasileira em algumas regiões do país. (Moreira, 2009, pg. 34)

A HBO Brasil segue fazendo parcerias com produtoras brasileiras, ao passo que progressivamente, mais conteúdos são produzidos agora também na TV a cabo brasileira. A popularização da televisão paga no Brasil é um dado constantemente revisitado nas análises recentes de conteúdo televisivo brasileiro e teorias da TV. Ainda assim, o sinal aberto segue tendo maior abrangência e, seus os conteúdos, maior audiência. Dito isso, é importante reiterar que a televisão aberta e a televisão segmentada têm demandas de conteúdo e perfis de audiência distintos, uma vez que os canais pagos buscam públicos de nicho, menos regionais, mais globais. E isso claramente se reflete na linguagem dos programas, nas (ainda questionáveis) convenções dos gêneros televisivos, na forma de consumo e até mesmo nos formatos de serialização.

Para uma análise mais contundente, portanto, é interessante fazer uma ligação com a realidade da ficção seriada no Brasil hoje, a partir dos aspectos referentes a linguagem que este trabalho pretende estabelecer no capítulo 3 a partir da análise televisual. É mister entender que os formatos e padrões de produção da HBO, refletidos em uma produção brasileira, seguem a já explicitada tendência de mundialização da estética da dramaturgia da TV segmentada. O aquecimento do mercado produtivo brasileiro que o crescimento do *narrowcast* e o marco regulatório da TV paga e das telecomunicações apenas tornam esse um

cenário mais receptivo à popularização do formato drama seriado contemporâneo (SILVA, 2015) na produção brasileira.

O capítulo a seguir foi desenvolvido a partir do entendimento de que a análise dos componentes da *televisualidade* e da imersão como forma de identificação e fidelização das séries *Família Sopranos* e *Filhos do carnaval*, entendidas as suas respectivas especificidades, foram possibilitadas a partir da estratégia comercial que estrutura o que alguns dos autores abordam como “quality drama”. A aposta deste trabalho é que as estratégias de atualização do gênero televisivo atualizam também a experiência da televisualidade nas séries dramáticas da TV paga contemporânea, dando algum fôlego à teoria de Caldwell (1995). Desse modo, será fundamental a apreciação de como esse contexto televisivo da HBO dialoga com as teorias de televisão da *televisualidade* e da *imersão* que guiarão a análise dos objetos escolhidos para esta pesquisa.

## CAPÍTULO II:

### TELEVISUALIDADE, TEMPORALIDADES E ESTRATÉGIAS ESTILÍSTICAS

Para investigar as transformações formais do drama seriado das duas últimas décadas da TV a cabo, em um projeto de estilização e estetização da linguagem, este trabalho tratará de voltar algumas décadas no passado - quando a televisão estadunidense sofria importantes mudanças que permeiam sua *televisiografia* até hoje.

Esta pesquisa pretende discutir conceitos e modelos teóricos de análise da televisão não como rupturas, mas fenômenos processuais. Tais transformações na forma do conteúdo televisivo estão intimamente ligadas ao seu modo de consumo, ou seja, ao pensarmos os marcos estéticos e narrativos estabelecidos pela HBO nos EUA e no Brasil, é entendido também que estas mudanças são mobilizadas por seu nicho de audiência e pelo fato de ser um canal da TV paga. Evidente que as transformações que se deram no drama seriado da TV paga, movimento na qual a HBO também é pioneira, afetaram e transformaram conteúdos na televisão aberta nos EUA e, em parte, no Brasil, mas muito afetados pelo modo de consumo da TV paga e seu tipo de fidelização (imersão conteudística, baixo índice de zapping em episódios inéditos de série, pouca ou nenhuma inserção de comerciais e propagandas etc).

Contudo, antes de investigar diretamente os matizes formais da série de drama dos anos 2000, faz-se necessário abordar aspectos de seu processo histórico-teórico para estabelecer as nuances e motivações que perpassaram aspectos fundamentais de sua linguagem. Dessa forma, a primeira parte deste capítulo percorrerá as temporalidades da televisão, a fim de entender principalmente algumas das transformações que resultariam da passagem de uma *paleo* para uma *neotelevisão*. O objetivo dessa investigação a partir da perspectiva temporal, é percorrer modelos teóricos, entender a relação da televisão com o público, e o caráter mutável das expressões e formas de discurso – textual ou visual.

Umberto Eco (1984) tinha particular interesse por esse período. E começa a desenvolver a partir da perspectiva de que a neotevê existe enquanto uma invenção televisiva; a qual ele critica a partir da televisão italiana, com relativo pessimismo.

Da paleotevê poderia fazer-se um pequeno dicionário com nomes dos protagonistas e com o título das transmissões. Com a Neotevê isso seria

impossível, não só porque não há mais ninguém que consiga lembrar-se deles ou conhecê-los, mas também por que a mesma personagem desempenha papéis diferentes conforme esteja falando dos vídeos estatais e dos particulares. (...) A característica principal da Neotevê é que ela fala (conforme a Paleotevê fazia ou fingia fazer) sempre menos do mundo exterior. (Ela fala de si mesma e do contrato que estabelece com o público, com o controle remoto, decide quando deixá-la falar e quando mudar de canal). (ECO, 1984, p.182)

Sobre a mesma relação entre *paleo* e *neotelevisão*, Francesco Casetti e Roger Odin (1990) destacam mais especificamente a compreensão de transformações no dispositivo televisivo. A referência dos autores também é a televisão europeia, especificamente as televisiografias da Itália e da França. Para eles, o movimento para a neotelevisão conduziu mudanças no processo de posicionamento do espectador em relação ao conteúdo televisivo, principalmente no que diz respeito a um processo mais interativo e de evocação do público, com fins comerciais e de audiência.

A passagem da *paleo* para a *neotelevisão* muda o modelo relacional, e rompe com o procedimento pedagógico de comunicação que a *paleotelevisão* mantinha com o espectador. Nesse processo, o público adquire primeiramente o papel de contratante: os autores friccionam essa suposta interação através de novos programas da televisão italiana que contavam com a participação do público. Ao se fazer um comparativo com a televisiografia brasileira, pode-se pensar em faixas noturnas da televisão aberta em que espectador “pode escolher o filme que quer assistir” até programas como *Você decide*<sup>56</sup> ou *Linha Direta*<sup>57</sup>, que colocam o público, como consumidor participante, júri e avaliador.

Estamos certamente muito longe do modelo pedagógico da paleotelevisão. A Neotelevisão não é mais uma instituição que se inscreve como um prolongamento da escola ou da família, mas um lugar integrado ao espaço cotidiano, ‘um lugar onde se vive’, pelo menos se entendermos por isso o lugar onde, de ambos os lados da tela, há pessoas que passam horas e horas de suas vidas.” (CASSETTI; ODIN, 2012, p. 14).

Na paleotelevisão essa experiência se dava através de um processo comunicacional no qual a televisão representava uma *instituição*, que tinha a função de ensinar. Já no que os autores entendem como neotelevisão, a percepção visual e sonora, eloquente e ritmada,

---

<sup>56</sup> Era um programa interativo de ficção, exibido pela Rede Globo entre 1992 e 2000. Cada episódio trazia um novo caso, com diferentes finais que podiam ser eleitos pelo público através de votação via telefone.

<sup>57</sup> Programa da Rede Globo, exibido entre 1999 e 2007. Nele crimes que aconteceram pelo Brasil cujos autores desapareceram eram reencenados através de simulações, e o espectador podia fazer denúncias anônimas através de telefone, caso soubesse o paradeiro real de algum “personagem” do programa.

cumprir um papel de energização que conduz também a um consumo individualizado. Não mais elementos generalistas e didáticos dos conteúdos são enfatizados, mas elementos que participam cada espectador em suas experiências subjetivas. O dispositivo e a relação público-TV, ou público-conteúdo, são desnudados na neotelevisão com a ilusão da interatividade, ao passo que a paleotelevisão mantém a verticalidade e o lugar da legitimidade da autoridade em seu processo comunicacional; a figura do apresentador é exemplar nesse sentido e figura na televisiógrafia brasileira até hoje mesmo nos programas de variedades, como Faustão, Fátima Bernardes e Luciano Hulk (Rede Globo), Silvio Santos (SBT) e Xuxa (Record). Esses são exemplos que ainda figuram na TV aberta brasileira em 2017, o que indica um sintoma importante para este trabalho: paleo e neotelevisão não estabelecem linhas temporais marcadas, mas tendências e predominâncias. Ainda, as margens delicadas que amarram estes modelos teóricos, indicam durante a análise de suas correspondências e televisiógrafias, uma maior abundância de “conteúdos neotelevisivos” na TV paga dos Estados Unidos e do Brasil, case deste trabalho; ao passo que a TV aberta mantém muitos modelos e convenções da televisão paleo, mas mescla bastante suas variantes com a neotelevisão.

Voltando a análise para a televisiógrafia dos EUA a partir do aporte de transformações da neotelevisão, as TVs americanas foram buscar a novos formatos para os seus programas e procuraram criar uma relação de aproximação com o público. Ao propor essa “cumplicidade”, elas estariam destinando-se à esfera individual e a audiências específicas, segmentando-se e propondo uma interação diferente com o espectador. Entretanto, essa interação estaria limitada por uma falsa experiência referencial que pretende manter o espectador na frente da televisão, por exemplo, através da reprodução dos rituais da vida doméstica, privada. Imagem de pessoas comendo na tela na hora das refeições, usar o público como vocativo participante das chamadas televisivas, entre outras estratégias usuais na virada para os anos 1980. Os autores Francesco Casetti e Roger Odin (2012), nesse ínterim, separam a programação da neotelevisão entre o referente espacial e referente temporal, tendo o cotidiano dos espectadores como referencial máximo.

O referente espacial pretende aproximar o espaço dentro da tela da TV aos espaços do cotidiano dos espectadores, como uma sala de estar ou um café. Ainda, essa referência pode ser temporal, associando a temporalidade cotidiana dos espectadores à dos programas de TV. Isso se dá no exemplo anteriormente comentado, quando um canal insere conversas de jantar justamente na programação da noite, mantendo os espectadores na frente da televisão na hora das refeições. Essa estratégia cria uma aproximação entre o universo pictórico e o cotidiano do público que assiste aos programas.

Essa evocação do espectador e do universo doméstico é característica dos *talk shows* e programa de entrevistas, mas pode ser encontrada também na ficção televisiva. As novelas do *horário nobre* brasileiro (18 às 00 horas) utilizam bastante esse referente espacial, principalmente nas faixas das 20 horas às 22 horas. Os personagens se aproximam cada vez mais das pessoas comuns e os cenários remontam os ambientes da vida diária do público.

Assim, as televisões foram buscando novos formatos e criando uma relação de aproximação com o público, através da representação do homem cotidiano e da aposta em dramas familiares. Novamente na televisiógrafia estadunidense, *The Cosby Show* (1984) foi um dos programas de maior sucesso nos anos 1980 e retrata, através da comédia de costumes criada a partir de números de *stand up comedy* de Bill Cosby, problemas que uma família comum enfrenta, como um filho com dislexia ou gravidez na adolescência. Já *Dallas* (1978) retrata famílias ricas inseridas em um universo que está muito distante do homem médio americano, mas com dilemas familiares e prosaicos, tratados com o característico toque de melodrama das *soap operas*.

Ainda, *Hill Street Blues* (1981-1987) é uma das inúmeras séries policiais que surgiram a partir das décadas de 1970 e 1980, mas que foi um marco em termos de imagem e seus aspectos formais. A série se tornou uma referência para outras que foram posteriormente produzidas e terminou de associar a produtora independente MTM Enterprises à classificação TV de qualidade (FEUER, 1984), ainda que esse não represente um conceito inquestionável. Essa importância se deve ao fato de que ela trouxe muitas atualizações de gênero televisivo, tanto nos aspectos técnicos e visuais - com a incorporação da câmera realista - quanto em sua narrativa, com tramas e subtramas que se entrelaçam. *Hill Street Blues* retrata a rotina de uma delegacia em uma cidade dos Estados Unidos que não é nomeada, e sua premissa consiste na vida de policiais à beira da estafa, na qual o que é certo entra em conflito com o que é possível, factível, no trabalho de um policial. Além disso, as questões pessoais e de âmbito doméstico são constantemente confrontadas com o dia-a-dia da delegacia, apresentando personagens mais humanizados do que o drama policial seriado estava habituado.

Trazendo Feuer (2007) para esta aproximação com uma neotelevisão estadunidense, o trabalho aqui ressalta que a renovação do gênero policial no drama seriado americano, foi motivada por essas transformações no modelo produtivo da televisão, na forma de pensar seus conteúdos, mas em função das demandas de consumo. Um pouco na narrativa e muito em sua estética, essas renovações do gênero só foram possíveis porque havia um entendimento do que seu público específico queria assistir e como isso agrega a sua grade de programação.

Mas, qual é a relação do *broadcast* estadunidense anterior à expansão da TV a cabo com

os modelos que estruturam a discussão de linguagem a respeito do drama seriado contemporâneo? Primeiramente, a existência de conteúdos distintos para públicos com demandas específicas começa a dar indicações claras de que paleo e neotelevisão são conceitos que partem de convenções e categorias enquanto modelos teóricos, mas aplicados subjetivamente dentro de cada televisiografia, circunscrevem distintas formas de recepção e espectadorialidade. Essas dinâmicas se mesclam de diferentes formas e composições a critério de cada canal, e cada público, e no caso de uma ficção seriada predominantemente neotelevisiva, o canal e o público estabelecem uma relação viva, porque o público muda, o consumo se transforma e o canal cria novos parâmetros para os gêneros televisivos - no caso deste trabalho, o drama seriado.

Nesse sentido, a visualidade dos programas e suas formas de fruição apontam, ainda que sem maiores aprofundamentos, para alguns critérios que conduzem às questões de gênero televisivo que fundamentam esta pesquisa, e que não são muito comentadas por Eco (1987), Casetti e Odin (2012). Mas, por se tratar de uma análise feita sobre séries dramáticas, portanto pautadas por elementos narrativos, essas atualizações formais renovam as convenções genéricas, ao que Feuer (2007) trata por *quality drama*, por exemplo.

A *neotelevisão* estabelece entre os anos 1970 e 1980 um momento de *virada imagética*<sup>58</sup>, em que o visual passa a ter grande importância e ser responsável por grandes mudanças na televisão da época.

A neotelevisão se caracteriza primeiramente pela ausência de todos os recursos a um terceiro simbolizante<sup>59</sup>: a neotelevisão não convida seus espectadores a elaborar um conjunto de operações de produção de sentido e afeto, mas tão simplesmente a viver ou a vibrar com a televisão. (CASSETTI; ODIN, 2012, p.18)

Com isso, há importante proliferação de produtos televisivos que também buscam um diálogo mais sensorial. Mas esse feito não afirma que a partir de então a TV não tenha se utilizado de estratégias da paleotelevisão. O próprio drama seriado de uma hora dos anos 1990 em diante representa um retorno ao conteúdo que, em termos de espectadorialidade, pode ser entendido como paleotelevisivo, mesmo que sua imagem cinematográfica e potência formal sejam tributárias da televisualidade.

---

<sup>58</sup> Há aqui uma evidente relação com Pictorial Turn, de Mitchell (1995), que será desmembrada ainda neste capítulo.

<sup>59</sup> Os autores fazem uma referência direta a Louis Quéré, e ao que ele denomina como “terceiro simbolizante”. Este terceiro lugar reside na exterioridade, na neutralidade, no que não está na locução nem na interlocução, mas fundamenta a leitura e o texto a partir da mediação.

A neotelevisão se coloca como espaço do cotidiano, que estaria integrado com o espaço de sociabilidade que se constitui no entorno do consumo televisivo, ou seja, do público ao qual cada conteúdo se destina. Mas a sociabilidade para esse espectador estabelece uma relação que é, sobretudo, um consumo individualizado, ainda que posteriormente aconteça em grupo, coletivamente. No caso das séries da TV paga, a narrativa episódica quando inédita tem uma abertura para a internalização de cada espectador, o uso de silêncios, temporalidades mais ágeis ou mais lentas, identificação com o protagonista para além da superfície, mas partindo para as contruções de sua psiqué que ecoam no espectador através de engajamento afetivo e fidelização imersiva. Ainda assim, tanto as reprises quanto a lacuna entre os episódios inéditos reforçam seu consumo coletivo; das revistas especializadas e jornais de domingo aos fóruns de internet e redes sociais, o sentido de pertencimento na imersão do conteúdo é feito coletivamente. Normalmente as reprises dos episódios quando não feitas em conjunto no âmbito doméstico, são acompanhadas por comentários entre grupos que assistem ao conteúdo, desde família ou amigos até redes inteiras de *fandom*<sup>60</sup>.

Retomando o modelo neotelevisivo, a apreciação dos programas é pensada aqui de forma contínua e diluída, dispersos na grade de programação e ligados por inúmeras chamadas e inserções que têm natureza extremamente visual, imagética. Essas inserções podem ser publicitárias, fragmentos de um programa que apresenta o seguinte ou uma chamada do canal, no intervalo comercial, apresentando outros programas.

Na neotelevisão, a situação da inserção aparece radicalmente invertida, a tal ponto que conduz a esse paradoxo de que são as outras construções sintagmáticas que parecem vir e se inserir entre as inserções! Em primeiro lugar porque a inserção torna-se a figura sintagmática estatisticamente dominante: em segundo lugar porque é com as inserções que vem o papel estruturante: elas são “metaimagens” que mostram a estrutura enunciativa e regulam a segmentação do fluxo: em terceiro lugar e sobretudo porque são as inserções que, por seu tratamento, possuem no interior do fluxo a maior dinâmica visual e a maior força atrativa. (CASSETTI, ODIN, 2012) p. 17)

No caso das inserções que acontecem nas séries dramáticas da TV paga, ou elas aparecem como metaimagens que mobilizam uma experiência individual e sensorial no espectador, ou como um elemento externo à narrativa para criar interesse, curiosidade ou comoção no público. Um exemplo atual da estratégia de imersão fora da narrativa principal, ou sejam a

---

<sup>60</sup> O *fandom* é definido pela troca subjetiva entre grupos e membros de uma cultura midiática específica, que compartilham do mesmo interesse e motivações afetivas. A terminologia passa a ser utilizada nos anos 1990, para tratar de produtos da cultura de massa apropriado pela subcultura dos fãs, que se reapropria dos mesmos e dão a ele caráter exclusivo, singular. Ver MURRAY, Janet. *Hamlet no Holodeck: O futuro da narrativa no ciberespaço*. São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003 e JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

série em si, são os teasers e promos da série Game of Thrones (de 2011 até o momento em que esta pesquisa foi desenvolvida), lançados meses antes dos episódios de estreia de suas temporadas. São peças visuais que abusam de inserções e metaimagens, e sua dinâmica visual atrativa tem como finalidade gerar comoção em um público de nicho e já cativo. Mesmo fora da representação, a atmosfera de Game of Thrones continua ressoando como um conteúdo no qual o espectador imerge e arrasta para seu espaço de sociabilidade, no qual irá comentar, compartilhar e ativar experiências.

Outra marca da neotelevisão é ressaltada aqui, ou seja, a agilidade e o ritmo que se dá não apenas pela sucessão de imagens e pelos cortes rápidos, mas pela sensorialidade da experiência televisiva. É mister lembrar que na paleotelevisão a comunicação transcorria através de um espaço de conhecimento e afetividade, onde a televisão era uma experiência de socialização em que as pessoas vibravam a partir do conteúdo e não propriamente com as dinâmicas geradas sensorialmente por ele.

Passar da paleo à neotelevisão é passar de um funcionamento em termos de contrato de comunicação a funcionamento em termos de contato; de imediato, se encontra igualmente abolida a separação entre espaço de produção e espaço de recepção: na neotelevisão, tudo se passa no interior de um mesmo espaço televisual que confunde a si próprio com o espaço cotidiano. (CASSETTI; ODIN, 2012 p. 18-19)

Ainda com relação aos modelos teóricos definidos pelo contrato comunicacional, Jean-Louis Missika (2006), ao tratar dos processos da *paleo* e da *neotelevisão*, propõe ainda o que seria um terceiro estágio, a *pós-televisão*. Nesse estágio, o canal passaria por uma dissociação dos programas que veicula, por diferentes fatores. Para ele, a televisão se enfraquece cada vez mais com a entrada de novos suportes, criando um contexto em que o espectador não mais estaria subordinado à programação imposta pela TV.

Desse modo, as redes de televisão perderiam o posto de “lugar privilegiado” como exibidor. Paralelamente, o consumo vai então sendo individualizado e a marca dos canais de televisão vai se enfraquecendo cada vez mais. (MISSIKA, 2006)

Mas essa urgência em criar, explicar e categorizar é um processo que costuma ocorrer em um período em que algo é percebido à beira do abismo, quando se faz presente a sensação de que algo está perto do fim. A fala de Missika sobre pós-televisão retoma a ideia de “fim da televisão”, e de que a crise da produção televisiva apontava para este fenômeno.

No entanto, essa é uma análise que não apreende o quanto essas transformações fortalecem e complexificam a televisão, e não apenas a exterminam. Historicamente, a televisão incorpora outras mídias e formas de pensar o seu campo midiático, estética e

espectatorialidade. E a personalização da experiência por parte do espectador é um processo que vem sendo incorporando aos conteúdos televisivos tanto quanto as outras plataformas midiáticas o têm sido.

Esse é o caso de ficções televisivas que já nasceram para ser transmidiáticas, como *iCarly* (Nickelodeon, 2007) e *Walking Dead* (AMC, 2010), ou que surgiram primeiramente em plataformas da web, para a televisão, como o *sitcom Broad City* (2014) ou, para citar um caso brasileiro, *o Porta dos Fundos* (FOX Brasil, 2014).

O cerne dessa discussão parte das transformações da paleo para a neotelevisão para evidenciar a existência, hoje, de diferentes formas de consumo televisivo além do tradicional<sup>61</sup>. Existe o TiVo<sup>62</sup>, o DVD, o vídeo sob demanda ou a televisão na internet, as diversas redes sociais que complementam ou até mesmo modificam o consumo audiovisual. Existem ainda diversas plataformas, além dos aparelhos de TV, em que se pode fazer uso da televisão - como celulares e *smartphones*, *tablets*, *notebooks*, consoles de jogos eletrônicos dentre outros. Ou seja, a televisão precisa modernizar o seu consumo para acompanhar as evoluções de outras mídias. É importante reiterar que os modelos paleo e neotelevisão servem como modelo de análise, mas que eles não representam uma escala evolutiva, pelo contrário, após a neotelevisão, podemos encontrar uma ressonância maior ou menor dos dois modelos na produção televisiva, atendendo ao tipo de público, canal de exibição, gênero televisivo, etc.

Missika (2006), ao trabalhar o conceito de pós-televisão, não admitiu quebras e novos elementos, que são mais contemporâneos que o seu texto sobre o tema. A própria quebra de antigas categorias, como as citadas, e criação de novas, conduz a uma hibridização que é característica marcante da pós-modernidade e que está sendo incorporada não só pelos meios de comunicação de massa, como pela cultura ocidental de uma forma geral.

Para definir outra terminologia para essa temporalidade da televisão, Amanda Lotz (2007) enfatiza mudanças na legislação de radiodifusão dos Estados Unidos, como o fato detonador da diminuição de restrições ao conteúdo na TV a cabo. Ainda, ela discute a perspectiva das transformações tecnológicas que implicam em alterações na forma de consumo, modo que será esmiuçado adiante. A autora dialoga com a *pós-rede* (ou *post-network*), também utilizado por Horace Newcomb, para se referir a uma transformação no uso

---

<sup>61</sup> Referência às mídias tradições, à televisão enquanto aparelho televisor, não como fenômeno comunicacional.

<sup>62</sup> Aparelho que permite que o espectador grave a programação da TV, ou da internet, em um HD para assistir quando tiver vontade. O serviço não foi implementado no Brasil com esse nome, NET HD, por exemplo, tem um serviço semelhante em que se pode gravar a programação.

do conteúdo e da mídia televisiva, não simplificando esses acontecimentos ao advento e popularização da televisão *narrowcast*<sup>63</sup>.

Lotz (2007) salienta as transformações do post-network na perspectiva do consumo como uma forma interna, e individual, de trazer o *mundo exterior* para dentro do espaço doméstico. Para esta forma de televisão de que trata a autora, a espetatorialidade contempla uma experiência ao mesmo tempo doméstica e compartilhada.

Ao retomar aqui a lógica da *paleo* e da *neotelevisão* é fundamental articulá-la com esse momento de popularização da televisão a cabo nos Estados Unidos. O *post-network* se constitui, para a autora, em uma transformação da relação do espectador com a possibilidade de escolher o que vê e onde. Ou seja, se refere a um período anterior no qual o programa a ser assistido era disponibilizado em um dado canal, em uma hora determinada pela grade de programação, que nessa pesquisa será associado ao modelo de paleotevê, de Umberto Eco.

Diferente do que a fala de Missika (2006) aqui colocada possa sugerir para essa discussão, a transformação do meio não faz com que o espectador deixe de fazer parte da experiência do *post-network*, de Lotz. O público passa, contudo, a selecionar cada vez mais o que, quando e onde ele irá acessar aos conteúdos televisuais de seu interesse.

Essa é uma discussão contemporânea e, ainda que perpassa o período de produção dos programas que são objeto de análise televisual neste trabalho, não norteia o desenrolar das discussões prementes ao processo analítico desta dissertação. Contudo, é importante mencionar e situar as condições atuais da televisão visto que traduzem um momento distinto do que os autores inicialmente estabelecem para a *paleo* e a *neotelevisão*, analisados com mais detalhes por representarem modelos teóricos e estéticos que conduziram as transformações estilísticas aqui debatidas.

Retomando ainda o período anterior ao pós-rede, a televisão segmentada cresceu e se difundiu a partir da *neotelevisão*, nos anos 1980. Mas, o que isso acarreta em termos estilísticos, que é a pergunta que tem norteado este capítulo? À medida que o *zapping* passa a fazer parte do processo da espetatorialidade e não por esse motivo, mas dentro do mesmo movimento, o processo de especiação perpassa uma energização que vem do conteúdo imagético e estilístico dos programas.

---

<sup>63</sup> Televisão por assinatura.

Entender esse movimento é compreender um dos conceitos centrais à discussão na qual essa dissertação se aventura que é a *televisualidade*. Desse modo, a imagem, a estética e o texto, ainda que perpassados pela audiência, passam a conduzir o debate que se seguirá, realocando e fundamentando ainda mais os modelos de paleo e neotelevisão. Ainda que o diálogo entre estes conceitos não tenha sido feito por seus autores, ele acaba se estruturando nesta etapa do trabalho.

Nesse ínterim, é fundamental para aprofundar estes modelos, neste segundo capítulo, a articulação destes conceitos com a discussão de *televisualidade* enquanto conceito norteador e articulador dos elementos formais que serão analisados.

## **2.1 Televisualidade do conceito ao contexto das séries da TV paga**

Ao analisar a imagem na televisão, assim como o texto televisivo<sup>64</sup> a partir de sua virada na década 1980, é mister compreender que o meio imagético representa um campo de mediações em constante transformação, e tais mudanças alteram a forma e a aparência de seu conteúdo. Assim como Felipe Muanis (2011) relaciona as teorias de Eco (1984) e Caldwell (1995), essa relação será relevante para fundamentar a análise dos conteúdos que serão aqui debatidos.

Esse é um processo de transformação da televisão especialmente do final da década de 1970 para a década de 1980. O contexto da transformação da imagem televisiva no excesso estilístico, é uma das características que define a televisualidade de Caldwell (1995). Ela constitui uma série de mudanças que resulta em produtos com uma imagem distinta, que se torna seu caráter mais visível na televisão, já que a imagem mudou. Mas, é importante pontuar que televisualidade não é só a imagem, mas é constituída por outros fatores tais como indústria, modelo de produção, a migração de profissionais do cinema para fazer conteúdo de televisão e demais transformações que serão adiante aprofundadas.

Caldwell também distingue dois momentos da televisão, que podem ser associados respectivamente aos conceitos de paleo e neotelevisão, propostos primeiramente por Umberto Eco. Caldwell associa uma imagem de intensidade zero a uma imagem sem muita profundidade ou acabamento, correspondente ao período da televisão clássica. Por outro lado, a televisão-estilo, ou televisão excesso, seria, para o autor, o momento seguinte em que a imagem é mais trabalhada. É onde a imagem televisiva adquire mais profundidade e se aproxima

---

<sup>64</sup> A discussão de Fiske, em *Television Culture* (1987) será articulada nesta pesquisa com a discussão da linguagem televisiva.

da imagem cinematográfica, ganhando os recursos de computação gráfica e da imagem digital. (MUANIS, 2011)<sup>65</sup>

Ocorre que a televisão vai passar por um momento de virada televisual, que será marcada por produções com modos e valores ostensivos, sofisticados e tecnológicos. Ao passo que as grandes bandeiras dos canais de televisão estadunidenses impulsionam formatos, gêneros e a própria produção de ficção seriada. A autorreferencialidade característica da neotelevisão resulta em uma força na afirmação do estilo. O que só é possível porque procede a uma identificação de um público. O conceito de audiência, portanto, passa a ser chave para se compreender o *modus operandi* da televisão.

Uma das premissas que caracterizam essa maximização estilística é a inversão estrutural da televisão, quando o estilo define a estrutura e não o contrário, ou seja, a imagem ganha proeminência ante o texto dos programas. Nesse contexto antigas hierarquias formais e estéticas dentro da indústria televisiva precisam se adaptar ao projeto de modernização da televisão estadunidense que explora a eloquência da imagem a partir da *abertura* do conteúdo<sup>66</sup>. E foi assim que muitos programas passaram a se apropriar de tais estratégias de estilo não mais como um acessório, mas como o que impulsiona e define o próprio *texto televisivo*<sup>67</sup>.

*Televisualidade* foi também um produto industrial. O modo de produção da TV teve nesse período de sua história, grandes mudanças na sua forma de apresentação e de confecção narrativa. Foram desconstruídas estruturas do fazer televisivo até então difundidas de maneira normativa. Por exemplo, esse foi um período em que os cenários dos programas mudaram radicalmente, a fim de conversar com a estética videográfica que se popularizou muito rapidamente nos anos 1980. Esse impacto vai alterar o *modus operandi* dos canais de *broadcast* e *narrowcast*, mas em um processo dinâmico, justamente por ser ele produto de demandas culturais e econômicas que envolvem a espectadorialidade e a audiência.

O fenômeno Miami Vice (NBC, 1984-1989) ilustra esse processo de intermediação da audiência no texto televisual, e seus desdobramentos formais e estilísticos. A série incorporou a grandes cenas de ação e perseguição, a linguagem fragmentada, musicalizada e o excesso estilístico do videoclipe televisivo. Não será apenas uma coincidência que a série tenha tido a

---

<sup>65</sup> Ver MUANIS, Felipe. Metaimagens na televisão e vanguardas: as vinhetas da Rede Globo e MTV. RUMORES. Edição 10, ano 5, julho-dezembro 2011.

<sup>66</sup> Fiske (1987) discute os conteúdos abertos especificamente a partir de textos televisivos. Estes são textos que tem uma leitura menos fechada e, por conseguinte, abrem para possibilidades de leitura diversas, por parte do espectador.

<sup>67</sup> Caldwell não fala de texto televisivo no mesmo sentido que Fiske (1987), e sim sobre estilo e audiência, mas aqui a apropriação do termo vem a partir dele, migrando para o diálogo com a televisualidade que é feita nesta discussão.

enorme recepção em audiência na *cultura pop*. Este era justamente o período em que um canal nos Estados Unidos, então exclusivo para videoclipes, a MTV (1981)<sup>68</sup>, tinha grande demanda entre o público jovem adulto e já criava marcas estilísticas importantes para a estética televisiva; como as *metaimagens* e o uso do som ditando o ritmo das cenas.

O texto não-narrativo abre mão justamente das relações de causa e efeito proporcionadas por um texto oral (falas das personagens e locuções – texto de prosa) ou por um texto visual (regras e linguagem de câmera) sobre uma linha de tempo. Assim, o som possível no audiovisual não-narrativo são palavras desconexas, ruídos, música, o texto poético ou ainda, o efeito de silêncio (MUANIS, 2010, p.99).

Partindo da mesma premissa, o uso da tecnologia de vídeo digital, a partir dos anos 1980, é um importante sintoma desse processo. Ele teve grande efeito na aparência no mercado massivo da televisão, ainda que não tivesse sido incorporado a todos os gêneros televisivos, pois gêneros mais conservadores e estabelecidos foram realocando essa estética em seus aspectos menos experimentais, já testados.<sup>69</sup> Um caso interessante e comentado pelo próprio Caldwell são videografismos da abertura do Entertainment Tonight de 1983, indicado ao Emmy, que explorava esta visualidade musicalizada, o ritmo e a ênfase em elementos gráficos e coloridos.



Figura – Abertura Entertainment Tonight 1983

---

<sup>68</sup> A MTV, então, tinha uma abordagem diferente de conteúdo e de público do que tem atualmente. Esse comentário serve basicamente para ressaltar que o canal não é mais exclusivo para videoclipes e abarca outros gêneros e formatos atualmente.

<sup>69</sup> A MTV, nesse aspecto, experimentava muito mais através de suas vinhetas e da proposta do videoclipe; e essa estratégia era muito possível a partir de seu entendimento de público, e audiência.

Ainda, conforme Caldwell, o impulso da visualidade expressiva e estilística também transformou o perfil de quem trabalha com televisão, desde grandes canais exibidores do *narrowcast* norte-americano e internacionalmente, aos canais regionais de *broadcast* dos Estados Unidos. As TVs passaram a buscar profissionais com formação em arte ou habilidades em tecnologia de imagem digital, videografismo, e do vídeo digital, etc. A MTV é, novamente um exemplo interessante, pois tinha um perfil profissional jovem e popularizou profissões que perduraram até a contemporaneidade, como os VJs. Outro caso para ilustrar um caso de *broadcast* foi o canal WRAL-Channel 5, canal regional da Carolina do Norte (EUA), que passou a buscar profissionais com as formações específicas já citadas. Em suma, como o conteúdo alterava sua forma, o processo de concepção e produção consequentemente mudava.

Ou seja, quem produzia televisão, em diferentes formatos, construía essa virada linguística para na mesma medida evocar o espectador através do apelo afetivo, emocional, ou da sensorialidade ritmada da *televisão-estilo*. As ferramentas<sup>70</sup> da televisualidade pareciam bastante eficazes para a audiência; elas surgiram também para alimentar estratégias de programação mais agressivas da televisão *broadcast* em frente à plena expansão da TV *narrowcast*, estadunidense, na década de 1980.

Mas, não se trata apenas de uma transformação estética e formal impulsionada pela tecnologia. O estilo se tornou na *televisualidade* o próprio sujeito da televisão e dos canais, e isso modificou a sua espectralidade. Ou seja, a maximização estilística eleva a imagem e a estética, na televisão, a um dos grandes marcos da cultura estadunidense (cujos formatos e formas foram difundidos internacionalmente).

As mudanças de que trata Caldwell (1995) atestam que a televisão não apenas se tornou mais visual como sofisticou a sua forma, ao passo em que aprimorou a sua produção, tanto por sua evolução técnica quanto por seu apelo estético, através da já mencionada afirmação e maximização do estilo.

Ainda, a ênfase visual resultará em investimentos maciços em tecnologia e na sofisticação das suas produções diárias, de modo que a televisualidade vai resultar em um importante fenômeno industrial na TV americana. Isso se dá através da identificação de novos públicos, estabelecimento de novas técnicas e reformulação do processo de produção. Ou seja,

---

<sup>70</sup> Televisão como evento, os recursos videográficos ou a imagem cinemática são entendidos aqui como ferramentas de uma estratégia estilística da televisualidade.

essa autoconsciência de estilo das TVs americanas de que Caldwell fala, traduz uma batalha entre os canais. Esses por sua vez passam a buscar uma marca visual a fim de criar um diferencial para a sua programação em relação aos outros canais, motivados também pela busca por audiência.

A estilização mantém a importância do texto, mas essa passa a ser mais uma possibilidade, tão importante quanto o visual. A virada televisual, termo aqui utilizado a fim de conectar as teorias trabalhadas, estabelece que a imagem foi altamente celebrada na televisão. Essa maximização visual modifica a forma como os produtos da TV norte-americana passaram a ser vendidos, ou seja, não se referem apenas a transformações em sua concepção e produção. Novamente, a MTV americana, com suas vinhetas exuberantes e digitalmente elaboradas, ilustra muito bem essa celebração da imagem e do estilo. O próprio uso de efeitos digitais e videografismos, massivamente difundidos a partir dos anos 1980, é um marco dessa transformação.

A televisualidade colocou a aparência e a estética da televisão no lugar de movimentos e performances do exibicionismo estético. Ela passa, na verdade, por uma extensa variedade de formas visuais, atravessando gêneros e categorias da televisão que podem, por sua vez, ser mais ou menos movidas por seu apelo estilístico através da imagem – seja na imagem cinemática, na construção de cenários ou nos efeitos visuais e tecnologia videográfica<sup>71</sup>.

Mas, outras mudanças na percepção do conteúdo televisivo se deram nos meandros dos anos 1970. O crescimento da televisão *narrowcast* e, conseqüentemente, dos canais segmentados da TV a cabo são ao mesmo tempo sintoma das outras formas de audiência que surgiram e são agentes dessas transformações. A segmentação da grade de programação resultou em uma modificação no modo de produção que foi tão significativa quanto à evolução de seus aspectos técnicos.

A televisualidade também foi impulsionada pela grade de programação. Em um entendimento no qual a grade não tem um caráter apenas organizacional, mas ambiciona uma estética própria, composta pelos programas.

Tudo agora na televisão parece ser vendido para o espectador como um evento especial, desde os filmes da semana até a cobertura ao vivo de alguma catástrofe local no noticiário das onze horas, de tal forma que o

---

<sup>71</sup> Um exemplo bastante ilustrativo dessa tecnologia videográfica é a série *Max Headroom* (1987, ABC), produzida a partir do TV movie britânico *Max Headroom: 20 minutos no Futuro* (1985). Ambos os produtos traziam um protagonista que era uma inteligência artificial, interpretado por Matt Frewer, que obtinha uma aparência “computadorizada” através de horas de maquiagem. O personagem também foi apresentador do *Max Headroom Show* (1986), um programa de videoclipes no Channel 4 britânicos.

termo *especial* quase não parece ter significado. Estratégias que envolvem mostrar eventos que costumavam estar limitadas ao período específico de amostragem de audiência agora impregnam a grade do ano todo. Nenhuma programação confessa estar no lugar comum. (CALDWELL, 1995, p.9)<sup>72</sup>

Ainda, essa evolução técnica deve ser compreendida também a partir da corrida desenfreada por audiência – e cabe aqui entender que o fortalecimento do *narrowcast* pressionou a evolução técnica do *broadcast*, pois elas teriam que competir agora com uma imagem com mais qualidade e com outra forma de fazer televisão. A expansão da televisão segmentada é, ainda, um motor de transformações que será ainda trabalhado neste capítulo.

Essa estética cinematográfica se refere a uma aparência cinematográfica - profundidade, enquadramento, contraste. Esse é o caso clássico dos especiais da *HBO* e, já nos anos 1990, sua programação original. Na televisão *oitentista*, essa imagem cinematográfica conduzia ao exibicionismo estilístico e ao espetáculo, acentuando a característica de televisão-evento. A série *Philip Marlowe, Private Eye* (1983–1986), da HBO, flertava não apenas com a imagem cinematográfica como também com os clichês cinematográficos dos filmes de detetive.

Quase na contramão dessa proposição, alguns programas televisuais exploravam a aparência videográfica em sua natureza imersiva e anônima, na medida em que raramente era autoral na TV, como coloca Caldwell, mas, tinha a mesma extravagância estilística que a imagem cinematográfica e o movimento de constante mudança. No *sitcom Sledge Hammer!* (1984-1986), da ABC, a estética do cômico se confunde com a visualidade do excesso dos filmes de ação. No caso do seriado, o excesso de ruídos sonoros também conduz a um tipo de leitura energizada e acelerada, típica da neotelevisão e da televisualidade. Estratégias visuais videográficas e manipulação eletrônica permitiam as mais variadas ferramentas. E com as facilidades técnicas para a produção dos programas, foi possível provocar estilo e estética sem aumentar o orçamento ou reprogramar de modo ostensivo o modelo de produção.

---

<sup>72</sup> Trecho traduzido a partir do original “Everything on television now seems to be pitched at the viewer as a special event from nondescript movies of the week to the live coverage of some local catastrophe on the eleven o’clock news so much in fact , that the term *special* is now almost meaningless. Showcase and event strategies that used to be limited to sweeps now pervade the entire year. No programming confesses to being commonplace.” Em CALDWELL, John Thornton. *Televisuality: style, crisis, and authority in American Television*. New Jersey, Rutgers, 1995.

Ainda sobre estratégias estilísticas, a construção de um *star system*<sup>73</sup> na televisão se somou ao intento autoral como estratégia comercial de alguns programas, mas essas dinâmicas só eram possíveis porque se criou uma consciência e facilidade da audiência. A própria entrada de importantes cineastas na televisão, tanto fazendo programas quanto comerciais, é um dos fatores responsáveis por essa mudança estilística nos anos 1980. Caldwell (1995) entende a construção desse prestígio estético como algo que pressupõe e abraça a audiência segmentada, distinta e autoconsciente em termos de estilo. Em suma, essa proposição autoral se refere a dois universos estilísticos: o cinematográfico e o videográfico. (CALDWELL, 1995)

Ainda, a experiência da *percepção* e da *sensação* que imagem e som promovem a partir da *televisão-estilo*, compõe uma estratégia espectral da qual a ficção seriada televisiva vem crescentemente se utilizando. O uso das cores para transmitir sensações e passar impressões sobre a trama se maximizou nas duas décadas seguintes. A produção de séries contemporâneas como *Breaking Bad* (2006-2012-AMC), por exemplo, em que os personagens têm palhetas de cores bastante específicas e fechadas, que mudam acompanhando o arco das personagens é fruto de um traço que foi crescentemente se apropriando de elementos de imersão.

Diferentemente do consumo doméstico televisivo, esse traço no cinema é apoiado nas próprias características do dispositivo cinematográfico e suas formas de *espectação* - a sala escura, a tela grande, a inclinação nas cadeiras, o som surround, etc.

Entretanto, no cinema, a experimentação por um viés sensorial foi menos difundida durante muito tempo, particularmente do ponto de vista de certa hegemonia e tradição da narrativa clássica<sup>74</sup> que priorizava uma imersão diegética. Não obstante, o cinema *mainstream* foi gradativamente atualizando as estratégias do cinema de vanguarda e influenciado por dispositivos sensoriais que se difundiram em outros meios, como a *videoarte* e o videoclipe musical da televisão.

A televisualidade é um conceito que surge dando um contorno para um momento em que é ressaltada capacidade estética da TV, uma vez que esta promove uma *teleaudiovisualidade*

---

<sup>73</sup> Sistema normalmente relacionado à Hollywood clássica, enquanto método de promoção e criação em cima de atores e celebridades do cinema. Na televisualidade a TV em certa medida abusa um pouco mais de estratégias semelhantes, mas esse recurso não era exatamente novo.

<sup>74</sup> Quando o cinema surgiu (cinema dos primórdios), o abstrato e sensorial tinha tanta força quanto o cinema representativo e narrativo, mas que acabou cedendo espaço para as formas textuais e narrativas. Ao passo que se sofisticava as estratégias de imersão através de sua forma e da tecnologia do dispositivo cinematográfico.

(este neologismo não é propriamente um conceito, mas um apanhado de características com as quais este trabalho estabelece sua análise) que começa na forma do conteúdo e ecoa para além dele. Narrativas seriadas ficcionais e o próprio “quality drama” acabam sendo formas com que a televisualidade reafirma a sua capacidade estética, promovendo engajamento e imersão através do seu conteúdo, da imagem, do som e do texto. O texto, neste caso, não sublima a linguagem televisual. Pelo contrário, essas estratégias reafirmam um maior equilíbrio na estruturação da linguagem televisiva.

As séries da HBO tanto nos Estados Unidos quanto no Brasil resolvem esse equilíbrio da atmosfera audiovisual impactante e narrativas serializadas de costuras e formatações arrojadas fazendo com que ambos os aspectos definam um universo único, *sui generis*, que afirmam esta televisualidade contemporânea como constante reatualização de sua capacidade estética.

Desse modo, compreender essa potência audiovisual das séries da TV paga como elemento de atualização da televisualidade conduz a outra premissa teórica importante para uma primeira complexificação da estética televisual que propõe esta dissertação, que é o conceito de *virada imagética*.

### **2.1.2 Virada Imagética e Televisualidade**

Primeiramente, para pensar os novos paradigmas estéticos da *televisualidade*, é importante entender o que seria a ênfase imagética a que essa discussão se refere. Em *Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation*, Mitchell (1995, pg. 11) faz uma análise sobre o texto e a imagem, mas através de pensamentos que residem prioritariamente no campo da filosofia da arte, sociologia e teorias da imagem. Mas, o conceito de “virada”, transformação, em certa medida pode ser identificada também na virada televisual de que esta dissertação pretende tratar, pois desloca o olhar sobre texto e para a imagem e todas as suas potências e fluxos perceptivos, para além de um signo fechado em si.

No tocante à representação visual e à linguagem como elemento formador do discurso, Mitchell (1995) identifica, da fenomenologia à gramaticologia, a recorrente afirmação de um discurso textual contra o visual, mas o faz através de uma desconstrução epistemológica na qual a existência dessas fricções e contradições no campo das ciências humanas é, ela mesma, sintoma e confirmação de que uma virada imagética estaria se apresentando. A “virada imagética” de Mitchell seria, assim, o deslocamento do pensamento e discurso filosófico, e as transformações que estão acontecendo no campo das ciências humanas e da cultura, para o campo da imagem.

Logo, a afirmação de uma virada imagética não se dá somente através da construção totalizante e maximizada da representação visual, mas nos diversos meios expressivos. Ela, em adendo, articula-se enquanto expoente da dinâmica cultural, junto a outras linguagens e expressões. Ou seja, as imagens formam para Mitchell (1995) um ponto de fricção e desconforto. E esse incômodo perpassa todo o mundo intelectual e acadêmico, especialmente nos estudos da cultura gerando outros lugares de fala, atravessamentos de campos analíticos e estudos de recepção.

Outrossim, entender em que consiste esse processo de transformação é fundamental para se compreender a *virada imagética*. Segundo Richard Rorty<sup>75</sup>, a história da filosofia consiste em uma série de viradas nas quais um novo conjunto de problemas emerge e os antigos começam a se desconstruir. E a conseqüente construção se dá mais na medida da existência do que da epistemologia, uma vez que o cambiante e o estável se harmonizem, assim como outros pares de oposição, como material e abstrato. Não é a negação do textual, mas é uma mudança de paradigma filosófica e linguística.

Mitchell (1995) elabora ainda sobre uma “virada linguística” que iria, segundo Rorty (1979), desdobrar-se em outras áreas das ciências humanas. Neste ponto, parte-se do princípio de que a linguagem e os vários modelos de textualidade seriam a base formadora de qualquer discurso, pensamento ou forma de representação; fato que, evidentemente, tem implicação direta sobre as expressões artístico-culturais, especialmente nas mídias.

Esses conflitos, com relação ao discurso visual, elencam a imagem como um tópico central de discussão nas ciências humanas, da mesma forma como a própria linguagem como um todo já o fez. Ou seja, o discurso visual é acionado como modelo ou padrão para outras formas *textuais*, mesmo quando não tratamos da própria figuração ou da representação. Evidente, que ao tratar de dramas seriados para a TV, é necessário pensar essa relação entre texto e imagem (e som, evidentemente) pela perspectiva da fruição do conteúdo, pois ele analisado como elemento isolado perde completamente o sentido, em parte, sua relevância.

O que Mitchell denunciou é que no período comumente caracterizado como *sociedade do espetáculo*<sup>76</sup>, de caráter extremamente visual, ainda não se sabia exatamente o que eram as imagens ou qual a sua relação com a linguagem. Voltando a análise para o case de estudo deste trabalho, na popularização da televisão segmentada, não se compreende ainda como elas, as imagens, incidem sobre os leitores ou espectadores e o mundo ou, ainda, como sua

---

<sup>75</sup> Ver RORTY, Richard. *Philosophy and the Mirror of Nature*. Princeton: Princeton University Press, 1979

<sup>76</sup> Para maiores detalhes ver DEBORD, G. *A Sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

história deve ser entendida e o que deve ser feito com ou sobre esse processo icônico.

Emerge dessa discussão a natural importância da televisão tanto para compreendê-la enquanto meio imagético como para observar o momento em que essa “virada” está situada, e a pertinência de entender este conceito ao se debruçar sobre a virada estilística na TV ou televisualidade.

Segundo John Fiske (1987), a televisão é parte crucial na análise das dinâmicas sociais. A circulação do conteúdo televisivo faz com que essas estratégias se mantenham em constante processo de produção e reprodução, desde os seus conteúdos e significados até seu consumo massivo; entende-se aqui a televisão como agente cultural, friccionando e circulando signos, e sendo, assim, parte integrante da estrutura social em que está circunscrita.

Nesse ínterim, cabe aqui compreender de que modo se deram as transformações perceptuais no texto televisivo, abarcando tanto a lógica dos discursos textuais e sua recepção quanto os aspectos formais e estéticos que compõem a TV dentro dos programas e enquanto meio; contudo, é importante compreender que aqui reside a afirmação e compreensão da televisão enquanto linguagem, não só enquanto meio.

Mitchel (1995) quando aponta uma virada imagética não trata destas transformações na aparência, na forma, no conteúdo e no fazer televisivo de que Caldwell (1995) trata ao falar da televisualidade. Mas como ferramenta metodológica e teórica, esses conceitos se relacionam profundamente no sentido de um conteúdo televisivo que é seu texto, sua aparência, sua ênfase estética, sua sensorialidade. Toda essa dinâmica é mobilizada pela ênfase na imagem, mais uma imagem mais consciente de si, de forma mais profunda e, no caso da televisualidade, mobilizada também por transformações na tecnologia e na indústria.

Evidentemente que essa não é uma característica apenas da televisão. Outras tecnologias e formas expressivas que surgiram anteriormente, como a fotografia e o cinema, nasceram sem desenvolvimento de códigos necessariamente singulares do seu próprio meio e foram iluminadas pela experiência técnica anterior. Igualmente, todas as artes técnicas nasceram sem uma linguagem própria, e foram se desenvolvendo e se complexificando ao mesmo tempo em que descobriam possibilidades técnicas, estéticas e modos de produção, de forma que precisaram se inspirar em outras artes e outras técnicas, antes de desenvolver as suas próprias. Se inicialmente a fotografia foi tributária da pintura, podemos observar também essa relação de aproximação técnica entre o cinema e o teatro. A televisão manteria essa relação com diferentes meios e de diferentes formas, dialogando com o rádio, o teatro e o cinema. Com o tempo, contudo, esses novos meios utilizaram e adaptaram as influências, descobrindo uma poética própria. (MUANIS, 2010, p. 40-41).

Assim, reforçando esse paralelo com Caldwell (1995) através das mudanças que a televisão promove, se pode pensar que ela se desarticula de sua estrutura retórica tradicional e de uma necessidade de transmissão de ideias e conteúdos através da palavra. A TV vai então se deslocar para um conceito estruturado e de grande apelo estético, baseado em uma extrema autoconsciência de estilo que é prioritariamente visual e sensorial.

A essa sensorialidade se soma um conceito importante para o capítulo de análise desta dissertação, que é o conceito de imersão, associado aos elementos da *televisualidade* propostos por Caldwell e atualizados pela produção contemporânea na TV. Essa articulação incorpora aos componentes imagéticos a percepção de um ambiente imersivo mais amplo e do uso de elementos sensoriais também na *paisagem sonora*<sup>77</sup> das séries. Desse modo, o som entra como elemento tão importante para a televisualidade e ênfase estética das séries quanto a imagem. Ainda, os elementos visual e sonoro são somados aos diferentes usos do texto no sentido de produzir conteúdos nas séries em análise cuja *atmosfera televisual* é profundamente imersiva.

### **2.1.3 Televisualidade e Imersão através de som e imagem**

Antes de se analisar a capacidade televisual e estética das séries *Família Soprano* e *Filhos do Carnaval*, é necessário pontuar a ênfase dos elementos que compõe a ênfase estética e estilística que estas promovem em suas respectivas televisualidades e no “quality drama” estadunidense e brasileiro.

Thompson (1996) explica a “televisão de qualidade”<sup>78</sup> considerando aquilo que ela não é: tradicional. Ele trata aqui de uma “televisão artística” usando como exemplo a série, do diretor de cinema David Lynch, *Twin Peaks*, e a aborda como um conteúdo que estabelece um gênero próprio dentro dos gêneros televisivos, através da mistura de gêneros.

Novamente, a relação com o quality drama (FEUER, 2007) não como uma categoria em si mas mais uma atualização da televisualidade aparece como um ponto importante para o desenvolvimento deste trabalho. Ela resulta no questionamento do que além da própria televisualidade em si, exposta pela quebra com o tradicional, a ênfase na imagem cinematográfica e

---

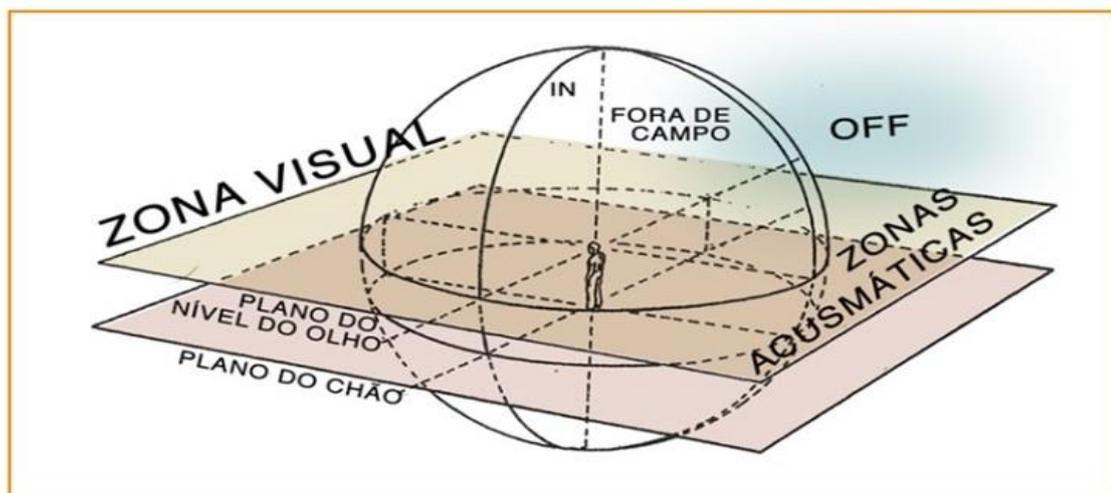
<sup>77</sup> Este trabalho não tem a intenção de aprofundar conceitos de *soundscape composition*. Mas, parte-se de princípios que estruturam na teoria musical e nas teorias do audiovisual uma escuta mais ativa e reflexiva sobre os ambientes sonoros. É entendido aqui que o som é um componente ativo na estética televisual, não estabelece relação de co-dependência com a imagem e nem com o texto. Ele é outro importante elemento que compõe a estética televisual das séries de TV analisadas.

<sup>78</sup> Este não é um conceito trabalhado como verdade teórica neste trabalho, mas um dos elementos conceituais que margeiam a televisualidade. E por esta razão, são aqui mencionados.

a própria absorção de profissionais do cinema (David Lynch), surge como um ponto de inovação ou renovação da televisualidade nas séries dramáticas da TV paga, especificamente no caso da HBO no final dos anos 1990 e começo dos anos 2000. Ao debruçar a análise sobre os elementos de estilo e estética, surge uma premissa se não nova, renovada: a imersão conteudística através da estética em programas ficcionais. Deste modo, este trabalho introduz a imersão como um dos elementos da ênfase estilística da televisualidade nos dramas seriados da TV paga dos anos 2000.

Oliver Grau (2005) entende o processo imersivo do olhar por um processo envolvente, que puxe o espectador para dentro da representação. Para exemplificar esta metodologia dos processos imersivos, o reproduz em um diagrama no qual o espectador se encontra no centro de uma esfera cortada por linhas horizontais<sup>79</sup>, de modo que este estaria circundado por estímulos, aqui, o fora de quadro.<sup>80</sup> De maneira semelhante, Michel Chion (2008) exemplifica as posições do som em relação ao espectador através de uma estrutura circular, que coloca o espectador no centro.

Felipe Muanis (2013, pg. 5 e 6) propõe uma fusão dos diagramas de Oliver Grau e Chion, e coloca o espectador no centro de uma estrutura circular cortada por linhas horizontais. A metade do círculo à frente do homem corresponde a seu campo de visão. A metade do círculo situada atrás do espectador, corresponde ao fora de campo da imagem e, naturalmente, ao *off* sonoro, este último compreendido dentro de uma *zona acusmática*, que designa, de acordo com Michel Chion, a percepção sonora inconsciente, ou alucinação.



**Figura 2: Fusão dos diagramas de Chion e Grau, proposta por Muanis (2013)**

<sup>79</sup> Estas linhas representam o nível do olhar e o nível do chão, situação espectador e representação.

<sup>80</sup> Segundo Chion (2008), O uso de sons fora do quadro levanta questões cujas respostas não estão visíveis e, por esse motivo, incitariam a câmera a ir “até lá” revelá-las.

Assim, podemos cruzar posteriormente essas características que compõem a sonoridade, por exemplo, na série *Filhos do Carnaval*. Do ponto de vista da televisão estilo, é importante entender como essas atmosferas se fazem presentes através da análise dos elementos que compõem seu hiper-realismo sonoro, tendo como base Muanis e Chion, respectivamente, e retrabalhando as possibilidades imersivas que Grau analisa para a imagem também no som.

A imersão conteudística através dos elementos estéticos e de linguagem são aqui analisadas a partir da sensorialidade que compreende o enevoamento do espaço físico que separa espectador (no caso, o dispositivo de exibição, seja ele aparelho de TV, celular, tablet, computador, etc) e representação (o conteúdo em si, ou seja, a série), relacionando imersão a atmosferas plásticas e sonoras.

Dito isso, é possível entender os componentes da composição sonora como ferramentas fundamentais para a televisualidade expressa tanto em *Família Soprano* quanto em *Filhos do Carnaval*. Por exemplo, o fora de campo ou o *off* é um recurso muito utilizado na criação de imersão nas séries. Comparando o exemplo no som à teoria aqui pontuada é possível pensar que se, para Muanis (2013), o espectador se encontra cada vez mais no centro do círculo sonoro, este círculo separa a sonoridade referida (dentro do círculo) a uma imagem dada pela representação, daquela que não está descrevendo em relação de causa-efeito a uma imagem. Ainda, este som pode ter o mesmo caráter de estilização através de insert que têm as metaimagens (uma correspondência possível seria um metassom). Ou seja, a imersão sonora acontece através do som diegético dentro e fora de campo, descrevendo ou não uma imagem mostrada na tela, estilizada ou realista, mas assim como as imagens podem ter a natureza do insert, da ênfase sensorial, da percepção individualizada do espectador. E, como será visto adiante na análise das séries, este é um recurso amplamente usado como componente da televisualidade, mas que Caldwell (1995) ainda não enfatizava em sua obra.

O som dentro deste contexto televisivo vai tomando formas e dimensões cada vez mais atmosféricas que potencializam essa imersão. O aparato tecnológico que vem sendo incorporado às televisões<sup>81</sup> é sintomático dessas experiências de apagamento das linhas que limitam a percepção sensorial. Exemplo disso é incorporação do *dolby digital 5.1*<sup>82</sup> como

---

<sup>81</sup> Televisão aqui utilizada como aparelho.

<sup>82</sup> É uma tecnologia digital de áudio da empresa *Dolby Laboratories* que aparece pela primeira vez em no filme *Batman Returns* (1992). Esta consiste em seis canais de áudio independentes, sendo cinco dedicados à saída de som no entorno do ambiente e um à amplificação dos sons de baixa frequência.

opção de áudio em canais da TV, que existe devido à acústica que o home theater possibilita. Do mesmo modo o aumento do tamanho dos aparelhos se soma não só à imagem cinematográfica como à exibição em *high definition*<sup>83</sup>.

Da mesma maneira que o *off* é um elemento estranho à audição natural que compõe o dia a dia das pessoas, seria a própria gramática audiovisual, com fragmentação dos planos, enquadramentos e cortes, bem como a trilha sonora, elemento que atrapalharia a imersão? Será que planos sequenciais e gerais, apenas com o som ambiente junto às falas eventuais, teriam um potencial maior de imersão? Ainda que seja uma discussão complexa, que deve ser tratada de maneira mais minuciosa, posteriormente, em outro trabalho, pode-se considerar preliminarmente que são tipos distintos de imersão. Talvez um se busque simular com mais fidelidade a percepção audiovisual natural do homem, enquanto o outro pode e deve explorar não apenas as já conhecidas e tradicionais estruturas gramaticais, como proporcionar novas visualidades. Ambos possibilitam a imersão, ainda que de maneiras diferentes, o que ressalta o espaço imersivo como o espaço preferencial de explorar distintas visualidades – tal como o cinema e a televisão. (MUANIS, 2013, p.6)

Muanis (2013, p. 12) separa ainda a imersão televisiva na contemporaneidade através de duas maneiras, um reside no texto e conteúdo do programa, que estimula uma experiência coletiva através do *zapping midiático*<sup>84</sup> e das especificidades de fluxo e programação. O outro tipo de imersão que se relaciona com a análise que aqui se propõe, pois compreende os elementos plásticos e sonoros, as sensações, o mergulho do espectador na representação através de estímulos e *motivações de afeto*<sup>85</sup> e *engajamento afetivo* que corroboram a fidelização do público, através de uma espetatorialidade mais solitária, individual. Nesse sentido, o excesso atua como reforço da experiência sensorial e sentimental.

Como este trabalho trata de duas séries dramáticas da televisão paga, é importante entender essas formas de imersão como processo de fruição de um conteúdo narrativo, em que o texto dividido em episódios tem uma importância para sua estética e estilização equiparada com imagem e som. E talvez seja um elemento importante para a relação desse tipo de conteúdo com a imersão que deseja causar no público: o fato de haver uma costura igualmente importante em áudio, imagem e texto no sentido de uma imersão contedística profunda,

---

<sup>83</sup> Refere-se de maneira geral a resoluções de vídeo compostas por mais de 576 linhas de pixel horizontais. Mas é comum no período contemporâneo se referir, no meio digital, a *Full HD*, que seriam resoluções de 1.920 (horizontais) por 1080 (verticais) linhas de pixel. Existem ainda, de maneira pouco disseminada as resoluções *ULTRA HD*, que podem chegar a uma qualidade digital muito maior, mesmo de que de maneira geral sejam tecnologias de difícil acesso.

<sup>84</sup> Não apenas o fato de o espectador passeie pelos canais e recree fluxos, e processos específicos de imersão, mas é cabível pontuar o *zapping midiático* uma vez, cada vez mais, há um deslizamento do espectador por diferentes suportes além da TV, como computadores, smartphones, tablets, etc, e todos permeiam um consumo televisivo, ou hipertelevisivo. Para aprofundar essa discussão, com respeito à imersão na televisão, ver MUANIS, Felipe de Castro. *A Imersão televisiva e o retorno da imagem estereoscópica*. In: XXII ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2013.

<sup>85</sup> Este termo é cunhado neste trabalho para tratar de técnicas de manipulação emocional que busquem respostas afetivas no espectador, como medo, desconforto, alegria, etc.

subjetiva e de fora para dentro do conteúdo. O espectador costuma ficar absorto nas séries, sem zapear, sem grandes conversas prosaicas e com o volume do som mais alto do que programadas de variedades ou mesmo dramas seriados com narrativa fechada em cada episódio, como CSI: Crime Scene Investigation (2000–2015).

Marcel Vieira Silva (2015) comenta esse engajamento a respeito do drama seriado contemporâneo, em específico, como uma das experiências que o definem enquanto vivência televisual.

A nossa hipótese, nesse momento, é que a relação entre o drama e a épica, ou seja, entre a intensidade concisa do episódio e a distensão narrativa da temporada, proporcionam um duplo engajamento sensorial que exige, de um lado, a vivência febril da violência dramática condensada em uma hora de exibição contínua, e o prazer vagaroso, em fogo brando, do desenrolar da narrativa em semanas, meses e anos de exibição prolongada. (SILVA, 2015, p.17)

O excesso estilístico, no caso da dramaturgia seriada da TV paga, é amparado pela própria estrutura e dinâmica do texto para promover essa imersão sensorial e emocional. Nesse ínterim, cabe pontuar que o que define a imersão não é somente o que a tecnologia digital de imagem e som permite em termos de criação de uma ambiência imersiva na espetatorialidade da televisão. Pelo contrário, os conteúdos se tornaram imergentes em sua forma, com mais elementos, mais nuances e com retóricas formais que são amplificadas pela tecnologia. E é nos componentes sensoriais que compõem esse mergulho na representação devido que será discutida a televisualidade, não a partir de um determinismo tecnológico.

Ainda assim, como se tratam de séries que *focalizam* as personagens protagonistas e suas percepções do universo representado e em sendo esse enfoque fundamental para que haja este engajamento de que trata Silva (2015), estes elementos de sensação amplamente estilizados são frequentes nas duas séries analisadas, cada uma à sua maneira. A imersão do espectador acontece no sentido do conteúdo, mas principalmente da subjetividade e percepção sensorial dos próprios personagens, o que permite a fluidez e a liberdade dos componentes estilísticos de imagem e som, prescindir do texto e sem deixar de trazer um certo tom de experimentalismo para um conteúdo narrativo e ainda assim característico da televisualidade.

Ainda sobre o conceito de imersão na televisão, este pode vir associado à televisualidade através de um recurso sensorial que Felipe Muanis (2012) trata como imagem-ritmo.

Cabe à imagem-ritmo romper tempo e espaço, presentificar o tempo, evidenciando sua subjetividade por meio de imagens indefinidas – se lembranças, futuro, passado ou especulações. A montagem obedece a um caráter sensorial mais do que se baseia na música; apoia-se em uma lógica musical ao se afastar do referencial narrativo e do texto, obedecendo, assim, a um componente rítmico, muitas vezes sincrônico, para exprimir uma sensação do personagem. (MUANIS, 2012, p.71)

Em Família Soprano este recurso aparece muito associado às experiências do protagonista Tony Soprano (James Gandolfini), para explorar sensorialmente seus momentos de violência, raiva, surto, lisergia, ataques de pânico e outros momentos de enfoque narrativo nele, mas em que o texto não é necessariamente o fio condutor da imersão, mas atmosfera como um todo, em especial a ênfase imagética e a *paisagem sonora* rica e extrapolada. Ou seja, ao retomar a imagem-ritmo desponta a sensorialidade e a subjetividade motivadas pelo som e imagem juntos, o que, em essência, prescindiria da narrativa, mas não no caso do tipo de imersão que propõe as séries dramáticas analisadas, especificamente, no caso da TV paga.

Este é um recurso que não somente justifica a importância do som para a televisualidade como aponta para recursos de uma plástica abstrata e um conteúdo aberto em programas em que o texto tem uma importância central, na qual figura a narrativa. E no caso da narrativa seriada essa ferramenta se complexifica ainda mais, já que a própria serialização impõe uma forte dinâmica discursiva e do texto, norteado pelas tramas e pelos personagens. Não por acaso, a imagem-ritmo é muito mais presente no drama seriado de uma hora da televisão a cabo, na qual, como anteriormente comentado, as narrativas costumam ser *character driven*, ou seja, as tramas e os conflitos partem do protagonista e retornam para ele, definindo-o. Desse modo, a abertura sensorial e a imersão se colocam em parte no foco narrativo sobre um personagem, em outra no diálogo entre som e imagem que supera os limites da diegese.

Falar destas séries através do excesso estilístico, na temporalidade, no ritmo e na estetização da linguagem é em certa medida entender a dinâmica desses elementos que buscam criar um efeito imersivo através de suas atmosferas dramáticas e plásticas, mas de uma forma singular que enfatize as marcas de estilo, uma estética própria.

E, ao debruçar este trabalho sobre as dinâmicas de linguagem comuns às duas séries, enquanto sintoma de uma produção da HBO nos Estados Unidos e no Brasil, surgiu um elemento muito singular que é o *hiper-realismo* na imagem e no som. A exploração da imagem cinematográfica como ferrada de estilo excessivo, a amplificação da paisagem sonora para além de uma estética realista, tilintar de sons, incômodos e ênfases em imagens estranhamente exuberantemente para tratar de histórias realistas e a fricção que isso causa no processo de imersão. Todos esses elementos apoiam a hipótese de que estética hiper-real dá suporte,

permeia e em certa medida estrutura o que há de sensorial na narrativa das séries e conduz o olhar para uma modernização da linguagem televisiva no percurso de sua mundialização conduzida pelos canais *segmentados*.

Essa imersão pode se dar pelo efeito de suspensão temporal, pela iluminação excessivamente dramática, a montagem, a paisagem sonora<sup>86</sup> estilizada por efeitos sonoros ou escolha pouco realista dos ruídos. Esses e outros componentes de linguagem dialogam com as estratégias narrativas que também conduzem a um processo imersivo, e estilístico. Novamente, esta dinâmica se dá sem suplantar o texto e sem que o texto as suplante.

É mister, contudo, analisar e problematizar a adequação do canal HBO não só às premissas dos gêneros televisivos como já foi abordado, mas às distinções metodologicamente feitas a partir das definições de paleo e neotelevisão, ainda que suas distinções se diluam eventualmente. Tal articulação teórica irá orientar as estratégias de estilização dos canais e dos programas para costurar todos estes elementos e mergulhar na análise televisual das séries.

Desse modo, cabe também à acepção de televisualidade, sua atualização e da potencialização de sua capacidade estética entre os caminhos que se colocam no texto e na audiência, uma vez que foram deveras enfatizados os elementos sensoriais a partir de imagem e som.

## **2.2 Texto e Audiência**

Entendidos os modelos teórico-históricos para a compreensão de uma estética da televisualidade e de uma linguagem dos programas, esta investigação se debruçará a entender sua espectadorialidade para fins de análise de sua linguagem, não para focar teorias sobre audiência neste trabalho. Para tanto, é importante ao menos percorrer as dinâmicas de texto e audiência para, assim, entender os critérios de sua expansão e especificidade que ajudarão a introduzir a perspectiva da HBO nessa dinâmica.

As táticas utilizadas para manter o espectador na frente da TV, narrowcast, na corrida por audiência, podem ser compreendidas através de algumas análises pontuais. Primeiramente, são aqui apreendidas a partir da estratégia da perspectiva dos programadores dos canais ao lidarem com um público cada vez mais exigente, e nichos mais estabelecidos.

---

<sup>86</sup> O conceito de paisagem sonora é utilizado aqui através de uma análise de atmosfera sonora, criada pela trilha, pelos efeitos sonoros ou até pela mixagem da voz.

Medida essa que seria menos abrangente em relação ao tipo audiência, mas envolveria espectadores mais constantes em horários específicos (no caso dos horários de exibição de episódios inéditos de série, por exemplo), buscando fidelizá-los ao canal. Do ponto de vista da imagem, esses nichos dentro da programação pediam uma identidade visual singular, única, e de grande impacto, para se diferenciar de outros programas e conquistar a audiência para justificar a assinatura mais cara. Assim, cada tipo de espectador se identificava com determinado formato de programa, ou temática.

Havia no começo destas transformações e mesmo da popularização da TV a cabo, um caráter singular na ênfase estilística da televisualidade, mas, especificamente no drama seriado, a inovação residiu mais na estética cinematográfica do que no estilo videográfico, da MTV por exemplo. Como este trabalho enfoca particularmente a TV paga, neste primeiro momento não engloba tanto a televiografia brasileira tendo em vista que a TV segmentada se popularizou no Brasil quando já estava popularizada nos EUA. Então, este aspecto da imagem cinematográfica como ênfase da televisualidade neste primeiro momento está circunscrito na televiografia estadunidense.<sup>87</sup>

Ainda que marcas estilísticas comuns mudassem a aparência das séries analisadas em sentidos distintos, como ainda será especificada nesta pesquisa, a curva analítica deste subcapítulo irá direcionar-se para os conteúdos da televisão a cabo, para poder pontuar a HBO na discussão de televisualidade. Essa dinâmica aproxima a leitura do texto televisivo da perspectiva da audiência, o que também traz outro traço à percepção dos textos da neotelevisão, que é a *polissemia* na percepção do conteúdo.

Dito isso, tanto as televisões do *broadcast* estadunidense quanto as do *narrowcast* gradativamente se tornaram mais visuais. Mas, evidentemente, as estratégias são distintas porque os públicos são diferentes, assim como o tamanho da audiência por programa. A NBC não deixou de se modernizar dentro do que era o carro-chefe de sua audiência em ficção seriada, que eram as *soaps*. Do mesmo modo, os *docudramas* e os dramas históricos do A&E (1984) apresentaram reconfigurações estéticas que nada tinham a ver com a luz homogênea e os enquadramentos fechados das *soap opera*, tampouco se aproximam da estética da BBC (criada em 1922, mas que passou por profundas transformações nos anos 1980), como os documentários do Discovery Channel (1985).<sup>88</sup> Enquanto a televisão percorria esse status de

---

<sup>87</sup> Por exemplo, se fosse pautar a TV aberta brasileira, na Rede Globo a grande característica da televisualidade talvez tenha sido o Armação Ilimitada (1985 – 1988) e nesse caso a ênfase era mais videográfica. Além disso, os videografismos do Hans Donner e dos telejornais são mais característicos desse momento da televisualidade do que uma imagem cinematográfica de fato.

<sup>88</sup> Entre os programas originais da A&E, a série Hornblower (1998) os TV movies Lorna Doone (2001, feito em parceria

“evento”, os programadores estabeleciam mudanças importantes no sentido de permitir uma sensibilidade estética ou primazia conteudísticas na programação do *primetime*.<sup>89</sup>

Mas, no caso da televisão aberta se pretendia atender ao público generalista, ainda que estabelecesse alguns nichos<sup>90</sup>, enquanto o cabo estabelecia segmentos de público. A *ironia*, recurso de polissemia que John Fiske (1987) discute acerca do *texto televisivo*, entra como um recurso do humor, por exemplo. O sitcom *It's Garry Shandling's Show* (1986), do Showtime, canal de *narrowcast* para assinantes *premium* nos EUA, se utilizava dessa possibilidade de polissemia, o que, em certa medida, exigia um determinado padrão de acesso à informação, à educação, a bens de consumo culturais, para conseguir decodificar sua ironia em perspectiva.

Na televisão, pela sua diversidade de produtos, segundo John Fiske (1987), não se poderia pensar em um fluxo uniforme, mas sim em um conceito de segmentação, que melhor caracteriza suas variedades textuais. A ideia *fluxo* não será aqui muito instrumentizada para fins da análise, mas é importante pontuar que a mesma não foi ignorada pela pesquisa, mas não coube aos parâmetros e metodologia utilizados.

Raymond Williams em 1979 estipula o que ele considera por *fluxo televisivo*. A sequência de sucessivos programas e conteúdos na grade de programação, segundo o autor, provocava nele a sensação de ver um fluxo contínuo de imagens e sons, não um programa com início, meio e fim. O autor cria ainda um sistema de categorização do *fluxo televisivo* que não pauta este trabalho, uma vez que levam a crer que não seria possível fazer a análise individualizada de um programa, ou uma série de TV, mas somente do conteúdo inserido dentro de um fluxo. Principalmente levando em consideração o tipo de consumo que criou as séries dramáticas da TV paga, sobretudo em relação a exibição de inéditos - assistir a todos sucessivos episódios em maratona, poucas ou nenhuma pausa comercial e demais estratégias de imersão em cada conteúdo individualizadamente - essa noção de fluxo fica muito deslocada da análise aqui proposta.

Contudo, ela que surge simultaneamente à neotelevisão e absorve posteriormente as metaimagens e o *zapping*, o que resultaria em uma nova forma de o espectador lidar com a televisão. Este modo inicial de consumo neotelevisivo seria mais presencial do que conteudístico, ou seja, *ver televisão* era tão ou mais importante que assistir a um programa - o

---

Com a BBC), *Flight 93* (2006) e o reality *Heavy* (2011), apesar de se diferenciarem entre si, se distanciam bastante da estética do *broadcast*.

<sup>89</sup> O termo corresponde à programação noturna do horário nobre da televisão estadunidense.

<sup>90</sup> A NBC (National Broadcasting Company) é um exemplo interessante nesse sentido, pois mantinha a Soap-opera *Days Of Our Lives* (1965), que exhibe até hoje, mas também exibia sitcoms de nicho como *The Cosby Show* (1984), sobre uma família negra, ainda que sob perspectiva normatizada.

que, contudo, não eliminaria a busca por textos específicos. (MUANIS, 2010, p. 117)

Essa característica de fluxo na neotelevisão pode ser entendida como um modo de romper a relativa rigidez conteudística e estética da *paleotelevisão*, propondo uma programação com grande multiplicidade e bem diluída, através de uma emissão uniforme de variedades feita para todo tipo de público, e que se repete diariamente. Ou seja, segundo esse ponto de vista, as narrativas seriam organizadas de forma a ligar-se dentro da programação e atendendo à múltipla gama de espectadores. Mas, problematizando a teoria do fluxo, de Williams (1979), pensar em um espectador que é simplesmente “levado” por uma onda alienante de informações intensas e simultâneas, em uma grade que, através desse entendimento, poderia ser lida como algo igual e indiferenciada, talvez seja simplificar o consumo televisivo em demasia, principalmente quando da análise de seus elementos estéticos e textuais dispostos em sua fruição.

Nesse sentido, para Fiske (1987), a metáfora do fluxo de Williams não resolve o movimento do texto televisivo, uma vez que este é mais segmentado e descontínuo do que a linearidade e temporalidade ininterrupta de um fluxo suporiam. Para isso, é possível entender esses movimentos divididos em segmentos de cinco minutos (FISKE) aproximadamente, podendo ser ainda mais fragmentados se analisado no contexto da televisualidade, devido à natureza de sua imagem. Além disso, quando o Williams (1979) pensou o fluxo ainda não existia o controle remoto, então ele ainda não contemplaria em sua análise a possibilidade do *zapping* enquanto colagem pós-moderna, na qual o espectador ativo poderia “escrever” sua significação através dos saltos na programação. Ao passo que a audiência se ressignifica no contexto da televisualidade, o texto televisivo também vai se reelaborar em concomitância.

Além disso, mesmo no *zapping*, a programação poderia ser vista como um fluxo, segundo o qual seria possível não apenas apreender o programa como um produto isolado, percebê-lo dentro de um contexto linear. Poderíamos ainda analisar toda a programação da HBO segundo uma mesma lógica, ou seja, um mesmo fluxo de ideias que, levando o espectador na sua correnteza, contribuiria com a constância na audiência do canal a partir da ênfase em um tipo de estímulo específico que o canal promove no público. (WILLIAMS, 1979, p.82). Mas, não é deste tipo de consumo e fruição de conteúdo que este trabalho está tratando, por estar focado na análise de séries dramáticas da TV paga do fim da década de 1990 em diante, com caráter serializado como forma de engajamento e imersão, com cada série pensando forma e texto de maneira singular em que naturalmente se diferencia um conteúdo do outro dentro da programação.

Ainda sobre este aspecto, o termo *texto* é recorrentemente utilizado nos estudos de mídia. Desde a virada linguística em meados do século XX, este vem sendo utilizado para referir-se a toda e qualquer mensagem ou conjunto de signos sujeito a interpretação e análise, o que já representa relativa abertura, uma vez que “texto” já se referiu à *Sagrada Escritura* e mensagens escritas ou impressas com fronteiras claramente demarcadas. Atualmente, a noção de *texto* foi ampliada e é utilizada para filmes, web, músicas, vídeo games e para televisão. Segundo Brian Ott (2008), especificamente nos estudos de mídia, *texto* localiza conjuntos de códigos discursivos compostos por signos visuais e/ou linguísticos que são potencialmente significativos e prazerosos para uma audiência específica ou estabelecida.<sup>91</sup>

Ainda, como a televisão precisa comunicar para diferentes espectadores, mesmo em conteúdos para públicos de nicho, como é o caso da ficção da TV paga, o excesso é um registro e um dispositivo importante para o processo comunicacional. Este excesso pode estar tanto no campo textual, enquanto hipérbole, quanto no lugar do excesso semiótico que caracteriza a televisão enquanto meio, para além dos programas. O excesso de significação de que trata Fiske (1987), além de resolver contradições e associações feitas pelo leitor do texto televisivo, remete ao projeto estético da *televisualidade* discutido por Caldwell (1994), e da já mencionada maximização estilística, do excesso sensorial.

Por outro lado, para Feuer (1984) a relação entre produção textual e produção de *commodities* para a audiência através dos programas e seus conteúdos é algo que se mostra um ponto conflitivo e difícil de teorizar. Ela afirma:

A solução usual é considerar cada nível separadamente, ou argumentar que um nível (produção de *commodities*) vai determinar o outro (produção textual) de forma diretamente causal. Na teoria do cinema a relativa autonomia do texto em relação a suas condições de produção é agora um pressuposto: tornou-se agora uma obviedade que o tipo de conhecimento encontrado no capítulo anterior<sup>92</sup> não explica as condições de recepção dos textos, condições essas que podem não corresponder a lucros e perdas diárias, mas são meticulosamente detalhadas.<sup>93</sup>

---

<sup>91</sup> Ott, Brian L. Introduction: The not TV Text. In: It's Not TV: Watching HBO in the Post-Television Era. Routledge, 2008.

<sup>92</sup> Ela se refere à análise da indústria de televisão americana no período em que a MTM começava a lançar séries e seriados que elevaram parte da programação da produtora ao título de televisão de qualidade, que ela problematiza.

<sup>93</sup> Livrementemente traduzido a partir do trecho original: “The usual solution is to consider each level separately, or else to argue that one level (commodity production) determines the other (textual production) in a directly casual manner. In film theory the relative autonomy of the text from its conditions of production is now taken for granted: its has become a truism that kind of knowledge found in the previous chapter does not explain the conditions of reception of the texts, conditions that may not correspond to a diary of profits and losses, however meticulously detailed.” Feuer, 2014, pg. 34)

Entretanto, não é possível pensar o texto televisivo a partir de uma audiência homogênea, mas, pelo contrário, a partir da compreensão das variadas camadas e distintos grupos que compõe a audiência e, indo um pouco além, a espectralidade do texto televisivo. Este resulta, ainda, em uma potência ampla em possibilidades espectralas, por estar passível de ser transvalorado e relido por diferentes públicos, em suas subculturas e especificidades.

Para Fiske (1987), *texto* não pode ser apreendido somente como significado fornecido a um signo, mas como um portador de significados que identifica e circunscreve a arena em que os mesmos podem ser lidos, de diferentes lugares de atenção. Ou seja, para se compreender o lugar desse texto televisivo de que o autor trata, é fundamental entender que há um espaço de negociação, ou mediação<sup>94</sup>, do leitor em relação ao texto.

Tais negociações na espectralidade do texto televisivo tampouco se fecham no texto primário, no processo de emissão. Essa flexibilidade do conceito de texto incorpora os signos e reverberações dos discursos *secundários e terciários* da televisão. *Buzz*<sup>95</sup>, boca-a-boca, publicidade direta, conteúdo *fandom*, dentre outros textos, resultam da própria leitura da TV e configuram tanto a repetição e replicabilidade da televisão quanto seu potencial polissêmico.<sup>96</sup>

Fiske (1987) discute algumas estratégias que atravessam a polissemia do texto televisivo. Primeiramente, ele aponta a ironia e seus jogos com significados. Nesse ínterim, a marca desse processo comunicacional é que, como ele se completa na espectralidade, a experiência prévia e o contexto do espectador vão mediar a multiplicidade de discursos, éticas e identidades, assim como os códigos que possibilitam sua leitura.

Como discurso retórico, a polissemia e abertura de sentidos dentro do texto a leituras mais ou menos limítrofes em termos de discurso e imaginário, opera na oposição simultânea de um significado com outro. Tal abertura é possível na medida em que é permeado por fricções e subjetividade; assim, a análise do dispositivo “ironia”, por exemplo, precisa

---

<sup>94</sup> Mediação dialoga com o conceito de Martín-Barbero, no tocante da dinâmica das matrizes culturais. Tal conceito perpassa a recepção de um leitor como algo que não se fecha em si, mas integra todo um processo de comunicação. Tal processo abarcaria as apreensões do entre-lugar entre texto e contexto, dentro da dinâmica da cultura. Ver Martín-Barbero, J. Comunicação e mediações culturais. Revista brasileira de Ciências da Comunicação, v. XXIII, n.1, jan-jun. 2000.

<sup>95</sup> Tradução do buzz marketing seria “marketing de zumbido”. Ele tem como estratégia identificar formadores de opinião e convencê-los a compartilhar a marca nas redes e mercados específicos. (AUSTIN; AITCHISON, 2007, p.73).

<sup>96</sup> Fiske (1987, p. 84) aponta para a polissemia do texto televisivo compreendendo não somente as diferentes camadas de leitura de diferentes públicos-leitores, como também os dispositivos retóricos e marcas enunciativas, já em uma análise mais semiótica do texto.

contemplar não somente seus códigos, mas suas variadas possibilidades de decodificação. Ainda, para além de estratégias discursivas polissêmicas, a abertura do texto televisivo nas séries também reside no jogo com *imaginários simbólicos*<sup>97</sup> e identidades culturais do espectador, que pode identificar esse tipo de processo em contradições sociais que ele só diferencia a partir de sua experiência e troca subjetiva com seu entorno social.

No caso de *Filhos do Carnaval*, por exemplo, essa polissemia habita seus textos que constroem o universo do jogo do bicho, do samba, do sentido de máfia no Brasil e seus imaginários.

Essa dinâmica amplia a análise do texto televisivo para possibilidades que a *heteroglossia*<sup>98</sup> bakhtiniana já sugeria. A relação dialógica do texto com o leitor, de que trata Bakhtin (2004), se relaciona diretamente com essa ideia de contradição e colisão de discursos que comenta Fiske (1987) ao percorrer as possibilidades de apreensão do texto televisivo e da audiência. Tal relação resolve um ponto importante para a espetatorialidade televisiva que é a perspectiva de que linguagem não é uma via de mão única e que toda a diversidade do campo espetatorial e do público implica no processo de significação do texto.

Neste ínterim, os textos abertos da televisão também se dão através de sua perspectiva imagética e sonora, na medida em que caminham a partir de discursos menos fechados no realismo, ou no clássico narrativo. Ou seja, a estética televisiva reside menos na dinâmica dos *textos legíveis* de que trata Fiske, e mais sobre o texto *escrevível*, que é múltiplo, cheio de contradições e, conseqüentemente, mais aberto.

Ainda no que diz respeito à abertura dos textos televisivos, Fiske discute a possibilidade do texto *produzível*<sup>99</sup>, que é traz a abertura e polissemia do texto *escrevível*<sup>100</sup> com a acessibilidade fácil e associativa do texto *legível*.

---

<sup>97</sup> O conceito de imaginário aqui dialoga tanto com Barbero (2000) quanto com Fiske (1987).

<sup>98</sup> Bakhtin descreve a heteroglossia a partir da representação da estratificação e aleatoriedade da linguagem, debruçando sua análise não só no caráter dialógico que reside entre texto e leitor como na multivocalidade que emerge do processo de colisão de discursos. Ainda, emerge aqui a dinâmica de que o leitor está no texto, com todo o seu contexto social, cultural, político, doméstico, público, etc. Ver BAKHTIN, M. *Dialogical imagination*. 15.ed. Austin: University of Texas Press, 2004

<sup>99</sup> Segundo Fiske (1987) os textos produzíveis mesclam o amplo espectro comunicacional, ou seja, um tanto codificado a partir de premissas de leitura facilitada, com a abertura formal, com os textos escrevíveis, de narrativas não fechadas e autossuficientes.

<sup>100</sup> Barthes (1970) distingue os processos de leitura entre os textos legíveis e o texto escrevíveis, ou escritíveis. “O texto escrevível é um presente perpétuo (...) esse texto é uma galáxia de significantes e não uma estrutura de significados; não há um começo: ele é reversível; acedemos ao texto por várias entradas sem que nenhuma delas seja considerada principal; os códigos que ele mobiliza perfilam-se a perder de vista, são indecíveis (o sentido nunca é aí submetido a um princípio de decisão, a não ser por uma jogada de sorte); os sistemas de sentido podem apoderar-se desse texto inteiramente plural, mas o

Tais textos *produzíveis* da televisão estão sendo aqui mencionados por se relacionarem com a neotelevisão, apesar de nenhum dos autores fazerem esta ligação diretamente. E o fazem na medida em que dispositivos e estratégias discursivas da neotelevisão operam através da autorreferencialidade da TV, da mistura de estéticas, gêneros e registros imagéticos, das convenções transpostas para o formato, por excelência visualmente potente, ao passo que também é palatável para diversos públicos e audiências. Por fim, a dinâmica do *texto produzível* absorve também a projeção e mediação do espectador no processo de recepção.

A premissa de compreender que há uma abertura, principalmente através da polissemia, nos textos televisivos e seus aspectos de mediação com sua audiência é fundamental para se analisar a estética e linguagem das séries *Família Soprano* e *Filhos do Carnaval*, através de texto imagem e som como ferramentas de construção de uma televisualidade criada na narrativa seriada. Essa polissemia costura a ênfase estilística sem comprometer sua relação com nicho de audiência proposto, no caso, inicialmente homens adultos assinantes de conteúdo *premium* da TV paga.

Não comprometer sua relação com sua audiência significa que essa fatia de público e a própria televisualidade permitem riscos que anteriormente não se corria na televisão e que na produção contemporânea do drama de uma hora da TV paga se tornou algo corriqueiro: estéticas mais inusitadas, artísticas ou experimentais somadas a textos mais desafiadores para o público e personagens que passam longe do “politicamente correto”

Desse modo, no próximo capítulo serão destrinchados esses elementos da televisualidade e do quality drama dentro da análise televisual das séries. No caso da série produzida nos Estados Unidos, os elementos de atualização e ênfase estética estão muito pautados no texto, ainda que também nos componentes imagéticos e sonoros. Já na série brasileira, os elementos da imagem e do som como ferramentas imersivas são fundamentais para a televisualidade.

---

seu número nunca é fechado, tendo por medida o infinito da linguagem (...). Já os textos legíveis constituem-se como o modelo “paternal representativo”, da leitura fechada, condicionada por códigos, no qual muito se pauta a narrativa clássica. Ver BARTHES, Roland. *S/Z*. Trad. Maria de Santa Cruz e Ana Mafalda Leite. Lisboa: Edições 70, 1980.

### **CAPÍTULO 3: Análise Televisual de “Família Soprano” e “Filhos do Carnaval”**

Este capítulo se dedica à análise televisual das séries *Família Soprano*, da HBO americana, e *Filhos do Carnaval* do canal HBO no Brasil, ambas do canal HBO, que será feita de modo a investigar os elementos textuais, imagéticos e sonoros que reatualizam o conceito de televisualidade através da linguagem e da imersão.

Ao se analisar a leitura dos discursos textuais e audiovisuais na série, um dado importante é a ausência de pausas comerciais na HBO, em sua exibição nos Estados Unidos e no Brasil, que propõe fluxo de imersão na representação mais contínuo e organiza a direção do olhar sem quebras não programadas. Não há inserções ou metaimagens publicitárias entrecortando ou ligando os atos dos episódios, ou seja, a apreensão desse texto configura um tipo de espetatorialidade regido por estratégias imersivas<sup>101</sup> que permeiam uma experiência individual, criando outras possibilidades de experiência televisiva.<sup>102</sup> Essas são características comuns aos dois programas e às duas televisões

No decorrer deste capítulo, esta costura percorrerá os elementos de linguagem que compõe e atualizam a televisualidade da série estadunidense e da série brasileira, a fim de retomar, ilustrar e aprofundar as teorias e renovações anteriormente colocadas no sentido de relacionar o quality drama como um dos aprofundamentos da televisualidade de Caldwell (1995). A série a ser analisada inicialmente é a americana, e os primeiros elementos a serem esmiuçados são as dinâmicas temporais e perceptivas através do texto. Estas são estratégias que em grande parte corroboram com certa apropriação do canal HBO de um conceito de “televisão de qualidade” como uma ferramenta de estabelecimento da marca. No caso de *Família Soprano*, em 1999, esta foi uma aposta ainda arriscada, pois era a segunda série dramática ficcional da sua programação original, mas a primeira tentativa comercial de implacar não só uma estética e uma narrativa de linhas complexas, mas um formato de serialidade composto por episódios com uma hora de duração com fortes arcos narrativos de

---

<sup>101</sup> Oliver Grau (2005) entende o processo imersivo do olhar por um processo envolvente, que puxe o espectador para dentro da representação. Essa característica é notória no cinema, mas tem sido incorporada à experiência televisiva. O que pode ser claramente compreendido através da tecnologia dos aparelhos de televisão que também caminham para a potencialização da imersão. Não apenas no aumento no tamanho das telas e na definição das imagens, mas na adoção do som surround que remonta o som das salas de cinema. O autor fala em sua obra de uma impossibilidade de imersão na televisão justamente por fazer essa leitura a partir de uma versão conservadora do meio televisivo. Desse modo, os dramas seriados de uma hora aqui abordados reconfiguram o meio com o qual Grau dialoga.

<sup>102</sup> Esse tipo de experiência se consagrou na espetatorialidade cinematográfica, mas na televisão foi sendo implementado de forma mais contundente na televisão a partir dos anos 1990, já que a TV sempre foi marcada por um consumo e experiência coletivizados.

temporada. De que forma isto foi elaborado e executado é o que esta pesquisa irá desenvolver agora.

### 3.1 – *Família Soprano* e as estratégias textuais do drama televisivo

*Família Soprano*, da HBO, é exemplar no que diz respeito às estratégias da *televisão estilo*, que interessa a esta discussão por marcar uma experiência autoral televisiva, a partir de uma linguagem e formato próprios da televisão. Ainda, a incorporação de estratégias de imersão e proposição de inovações no que se entendia por narrativa seriada, em séries de drama produzidas até 1999, ano de lançamento da série americana, é fundamental para se entender a vocação dos *quality drama*<sup>103</sup>. E situar o porquê de *Família Soprano* ser considerada pela crítica televisiva um divisor de água no que diz respeito à autoria na TV paga americana.

Dentro de um contexto de popularização da HBO, vale compreender o fenômeno que pode ser chamado de “efeito HBO”, associado à produção de suas séries de ficção. *Família Soprano* é uma série dramática da HBO criada por David Chase, que teve sua estreia em 1999. Foram produzidas seis temporadas, com episódios de uma hora de duração, e a série contabilizou um total de 86 episódios, que renderam ao canal 111 indicações ao Emmy.

A HBO ficou reconhecida pela qualidade de seus programas e pelo refinamento no acabamento final de suas séries de ficção. Mas, o que foi realmente um diferencial, em relação a séries produzidas por outras emissoras, foram os riscos que o canal assumiu ao se permitir abordagens mais cruas de algumas temáticas que costumam ser evitadas – ou retratadas com conservadorismo – em séries de outros canais. Não se trata somente de *plots* que envolvam violência, erotização e temáticas polêmicas. Claro que esse traço da sua programação é um atrativo comercial importante, mas a inovação está, principalmente, na forma com que estes temas controversos são tratados dentro das tramas principais e secundárias das séries, a partir de anacronismos temporais na história, ou passeios inferenciais que modificam o ritmo de leitura das tramas, promovendo assim outra experiência de absorção do leitor.<sup>104</sup>

Ainda, os estudos de gênero em cinema e, sobretudo, em televisão têm relação com a natureza das condições materiais em que operam, e também devem examinar a relação que

---

<sup>103</sup> Este termo se relaciona ao gênero drama televisivo entre as séries de TV, que se diferenciam de outros gêneros, como os *soap operas*. A HBO, contudo, tenta se diferenciar até mesmo dos demais programas considerados “quality drama”, propondo uma marca de programação original exclusiva, autoral e sem pausas comerciais.

<sup>104</sup> Ver ECO, U. *Seis Passeios pelos bosques da Ficção*. São Paulo: Cia das Letras (1994): p.55-79.

existe entre a indústria, a audiência e o texto. Ou seja, os gêneros televisivos podem operar através de fortes processos de intertextualidade e isso pode imprimir um tipo de ritmo específico na apreensão dos signos que, por sua vez, modificam não apenas sua aparência como a quantidade de informação complementar que se soma aos acontecimentos narrados.

Com relação a seu universo dramático, *Família Soprano* tem todos os elementos dos filmes de gângster, mas com pinceladas de melodrama televisivo<sup>105</sup>. Há, dentro da narrativa e da forma como a série se coloca, um jogo com o conceito de *família*, que pode ser entendido como a família dentro da máfia ou como a que está circunscrita em um âmbito doméstico. Em ambos os conceitos, há uma chave de retroalimentação constante, que justifica os “passeios” mais frenéticos pelas ações dos personagens que impulsionam a história ou pelos contratempos rítmicos, da montagem. Esses surgem subitamente orquestrados a partir de um *delectatio morosa*, que segundo Eco (1994) está associado ao prazer da demora concedida para que detalhes possam ser saboreados. Há aqui uma estratégia temporal muito mais ligada à tradição literária do que televisiva, até então. Essa demora também pode vir motivada por uma estratégia de criação de expectativa a um desfecho ou catarse que se seguirá no decorrer da história, sendo este o caso mais comumente utilizado nas séries de TV, em doses menores para não deixar de atrair um espectador para o próximo episódio, ou fazê-lo apenas mudar de canal.

Ao debruçar esta análise um pouco mais sobre a construção do universo das personagens, *Família Soprano* primeiramente subverte uma construção idealizada dos protagonistas inatingíveis dos filmes *mobster*, mesclando a violência e a sensualidade imagética do universo do gângster com conflitos familiares cotidianos que poderiam ser considerados banais e invulgares nesse tipo de dramaturgia. Ao expor as inseguranças e fragilidades do personagem Tony Soprano (James Gandolfini), a série humaniza seus conflitos e promove a identificação do público com o mesmo.

*Família Soprano* mostra ao público um chefe do crime organizado, mas que passa pelos mesmos conflitos internos e externos do homem médio americano. Esse tipo de recorte evidencia uma tendência neotelevisiva, em que há um diálogo, ainda que indireto, com o

---

<sup>105</sup> O melodrama não será aprofundado enquanto gênero no decorrer deste trabalho, mas é importante situar aqui sob que aspecto se está tratando do gênero dentro da televisão, uma vez que ele constitui um campo bastante vasto de investigação. Para os propósitos desta dissertação, ele é tratado a partir da constituição dos gêneros televisivos e suas convenções formais. Nesse ínterim, estas são características comuns que servem como modelo teórico na análise das novelas. Os autores Renato Ortiz (1987) e Ismail Xavier (2003) tem contribuições importantes para o entendimento da estrutura melodramática, o primeiro para tratar das novelas brasileiras e, o segundo, para falar das minisséries. Como o objeto desta pesquisa são as séries de TV, o CREEBER, Glen. *The Television Genre Book*. BFI, 2001. Aqui, o melodrama televisivo tem características tanto no gênero Drama quanto no Soap Opera.

público. A humanização do personagem de Tony Soprano e, essencialmente, do arquétipo do gângster, evidencia que a banalidade do homem comum é mais interessante do que arquétipos objetivos e de persuasão fácil, sem abrir mão da natureza sombria do personagem.

Outrossim, o contraponto à atmosfera da máfia e da violência que envolve esse cenário tem lugar nos dilemas familiares de um homem comum que prepara uma festa de aniversário para o filho ou quer convencer a mãe idosa a ir para uma casa de repouso. Esta aposta serve à criação de um universo mais psicológico e à exposição das fraquezas do personagem principal. Ainda, essa dimensão psicológica na construção de um Tony Soprano frágil, e eventualmente motivado por culpa, é norteadada pelas cenas em que o protagonista se consulta com a psiquiatra Jennifer Melfi, interpretada por Lorraine Bracco, para tratar seus ataques de pânico.

Contudo, ainda que construa esse universo psicológico e familiar em torno do protagonista, o jogo de poder é uma premissa importante para entender essa costura narrativa. Se por um viés, Tony e Junior, tio de Tony, disputam uma posição de hierarquia dentro da máfia, por outro ambos têm questões de ordem sentimental para resolver enquanto sobrinho e tio. Junior defende uma geração anterior, a sua própria, que resolvia os problemas à moda antiga. Ao passo que as áreas de domínio dos dois vão se estreitando, o clima vai ficando mais conturbado e perigoso, chegando a haver veementes trocas de ameaças, como acontece já no quarto episódio da primeira temporada. Ao mesmo tempo, Junior critica a conduta de Tony como sobrinho, ao apontar falhas em seu comportamento com a mãe e salientar suas fraquezas de caráter sempre que tem oportunidade de fazê-lo.

Ilustrando os “jogos de influência” que há em uma disputa política entre familiares, uma simples conversa entre Tony, Jackie (chefe da máfia de Nova Jersey que adoece e morre, tornando Junior o novo Capo), e Junior pode situar a posição de cada um dos personagens. O último fala elogioso com Tony sobre o fato de ele ter contratado uma pessoa para cuidar de sua mãe. Contudo, quando Tony sai e deixa Junior a sós com Jackie na mesa, Junior faz comentários ácidos sobre o comportamento de Tony. "Ele contratou uma maconheira para cuidar da mãe", diz Junior.<sup>106</sup> Nessa cena, percebemos o entrecruzamento dos dois conceitos de família como mote para avanço da história. Não é apenas os cuidados de Tony com sua mãe que estão em jogo, é uma estratégia para enfraquecer o brio de Tony diante de outros membros da máfia. Neste ponto, o *mobster* e o melodrama familiar se confundem a partir de pequenos acontecimentos que vão amarrar viradas de tramas futuras.

---

<sup>106</sup> Livremente traduzido a partir dos diálogos do segundo episódio da primeira temporada de Família Soprano.

Ainda, o uso de uma intensificação passional da intriga, comum ao suspense ficcional<sup>107</sup>, se complexifica em *Família Soprano* ao passo que os agentes secundários têm muita consistência, por terem uma construção não unidimensional e por não serem apenas “escadas” para a trama principal. Quando seus microuniversos são destrinchados, a leitura desses textos, por parte do espectador, tem um escopo muito maior.

Quando o texto abre as possibilidades de sua apreensão para o intermédio ou uma não preferência por táticas óbvias de persuasão, através das estratégias de enunciação, a leitura da narrativa em questão é naturalmente mais múltipla e os seus agentes (no caso, os personagens) se tornam muito mais complexos.<sup>108</sup> Ou seja, há um nível de passionalização dos acontecimentos narrados, mas há um menor condicionamento das chaves de recepção e uma construção psicológica dos personagens menos moralista e impositiva sobre as empatias dos leitores. O texto televisivo aqui se configura mais polissêmico e *produzível*, retomando Fiske (1987).

Nesse sentido, esse regime actancial funciona muito através do estabelecimento de fricções. Um homem adúltero que valoriza a família. O mafioso frio que tem ataques de pânico causados pela partida repentina dos patos do quintal. A matriarca sensível, porém, passivo-agressiva, alimenta intrigas internas como passatempo. A filha que é aluna exemplar, mas usa cocaína para se manter acordada. Tanto as tramas principais quanto as secundárias apresentam multiplicidade de leituras a partir de seus personagens, através do uso de antagonismos e contrastes em construções que possam condicionar juízos de valor sobre eles, assim como os universos em que estão circunscritos. E nesse sentido, a linguagem televisual está sempre costurando essas construções, através de estímulos sensoriais que quebrem a constância de uma estética realista, ou de um texto apenas legível, no qual o leitor/espectador consegue inscrever impressões e subjetividades. Além disso, a *ironia dramática* e a cumplicidade com o espectador são formas bem vivas dentro do roteiro da série de David Chase. Ao se analisar, nesse sentido, o comportamento de Tony nas consultas com Dra. Melfi, fica claro que ele não é totalmente sincero, mesmo em momentos de maior fragilidade emocional. Esse comportamento se deve a uma impossibilidade legal – se ele confessar um crime durante uma consulta, sua psiquiatra terá de reportá-lo às autoridades competentes – e ao fato de que Tony Soprano mascara seus medos e suas fraquezas, acima de tudo, porque não confia em ninguém. A ironia dramática reside no fato de que Tony Soprano troca com o

---

<sup>107</sup> Ver BARONI, Raphaël. *La Tension Narrative: suspense, curiosité, surprise*. Paris: Seuil (2007).

<sup>108</sup> Ver também BARTHES, Roland. *Image, Music, Text*. London: Fontana Press. 1977

espectador sentimentos e verdades que ele não divide com outros personagens, inclusive com sua psiquiatra.



Figura 3 – Tony em consulta com Dr. Melfi

Fica evidente ao longo da série que o tratamento psiquiátrico a que Tony se submete tem pouco efeito sobre seu temperamento explosivo e controle da raiva.<sup>109</sup> E como o público tem acesso aos sonhos de Tony, tem contato com seus pensamentos mais sombrios. E justamente devido à força desta focalização narrativa, fica evidente quando ele omite ou molda a verdade de acordo com sua vontade. Mesmo ao relatar seus sonhos para sua psiquiatra, ele omite uma ou outra informação. O público então se torna o grande cúmplice de Tony Soprano.

O texto e as formas discursivas da série aqui em análise apontam para uma aposta autoral na televisão e estabelecem uma marca de estilo que a HBO quis implementar em suas produções, e que se torna a exemplar de uma televisualidade. Mas para aprofundar o entendimento dessa transformação, é preciso destrinchar um pouco mais como isso se reflete

---

<sup>109</sup> O personagem consegue apenas controlar os ataques de pânico e a perda de consciência, através do uso de medicamentos receitados por sua psiquiatra.

em estratégias de estilo para construção de uma autoria na TV.

### **3.2 Família Soprano: Autoria, maximização do estilo e apelo televisual**

Família Soprano flerta e se inspira no cinema de gênero dos grandes gângsteres, atraindo, por sua temática e por sua forma, um público específico. No entanto, a série vai além dos gêneros em que se inspira para trazer inovações para um formato já difundido, as séries do gênero drama. David Chase, criador e roteirista da série, vê a sua dimensão autoral como algo que pode ser medido em termos de audiência. “Todos nós temos a liberdade de deixar a audiência mensurar o que acontece, em vez de lhes dizer o que está acontecendo.” (Chase, 2006). No caso de Família Soprano, há uma reciclagem dos gêneros já estabelecidos para a criação de um novo. Desse modo, a série retoma a ideia de uma autoconsciência de estilo, que é forte característica da televisualidade.

Se Oz (1997 a 2003, também da HBO) chocou público e crítica com as fortes cenas de violência que acompanharam as suas temporadas, Família Soprano vai ainda além por apresentar ao público um protagonista que se relaciona com o crime e com o lado mais assustador e sombrio de sua existência de forma passional, porém, sem culpa ou atenuantes morais significativos.

Tony não é um protagonista que comete atos de violência como reação a uma ação anterior de covardia ou injustiça, tampouco o arco dramático da série apresenta alguma “regeneração do personagem”. Tony Soprano é um pai de família e um homem com fragilidades e sensibilidades, oprimido desde a infância pelo comportamento passivo-agressivo da mãe, além de ter carisma e senso de humor. Todos esses traços da personalidade de Tony criam empatia com o público e o humanizam, mas ele é, ainda assim, um sociopata.<sup>110</sup>

E o que a crítica especializada tomou por “ousadia” em Família Soprano é mérito do criador da série, David Chase, e do singular trabalho do ator James Gandolfini que, desconhecido do grande público antes de Tony Soprano, assumiu o desafio de fazer um personagem cujas construções eram polêmicas e que evidenciavam o risco de promoção de estranhamento maior do que de empatia, o que poderia sacrificar o sucesso da série e,

---

<sup>110</sup> Um protagonista “mau” ou com graves falhas de caráter em uma série do Prime Time é um grande risco que, a partir de Família Soprano, outros autores arriscaram, na televisão. O Walter White de Breaking Bad (AMC) é um caso exemplar desse tipo de construção na TV, posterior à série de Chase.

consequentemente, de sua carreira.

O primeiro assassinato de Tony Soprano já no quinto episódio da primeira temporada, por exemplo, poderia minar a empatia do público com o protagonista, ou criar um choque ou polêmica que fosse negativa para a série. Mas Chase, e os produtores da série, assumiram o risco e “College”, mostra, pela primeira vez na série, Tony Soprano assassinando friamente um homem que representava um entrave aos seus interesses.



Figura 4 – Tony assassina Petruccio no quinto episódio da primeira temporada.

A morte do personagem Fabian Petruccio, ex-gângster que vivia sob o programa de proteção à testemunha, não é ponderada com nenhuma motivação ou traços de nobreza por parte de Tony, era simplesmente uma vingança pura e objetivamente calculada por um chefe da máfia de Nova Jersey que quer eliminar um delator.



Figura 5 – Episódio “College”, Tony viaja com a filha enquanto planeja e assassina Petruccio

O assassinato acontece em uma viagem que Tony faz com sua filha, Meadow, visitando algumas universidades em que ela poderia estudar. Parecia ser uma simples viagem em família, com momentos de grande sensibilidade, mas enquanto Meadow fazia uma entrevista de admissão em uma Universidade, Petruccio é estrangulado por Tony com um arame, em uma cena embalada por violência e sangue. E, sutilmente, evidencia-se uma relação patológica de Tony com a morte, seja ela por prazer ou por medo. Neste episódio, ganhador do Emmy de melhor roteiro em 1999, Chase está mostrando ao público, de forma perspicaz, a natureza complexa de Tony Soprano.

Em resumo, há, na criação de uma série como Família Soprano, a afirmação de um status de televisão de qualidade, a partir da aposta em uma programação original e um tipo de conteúdo exclusivo. Essa característica se desenha com grande nitidez quando tratamos dos significadores genéricos que representam não somente um período específico na produção televisiva, ou uma política institucional de programação e estratégia de mercado, mas questões que envolvem autoria, estética e audiência. E todas as construções que envolvem estética e, principalmente, narrativa, estão associadas a uma afirmação de estilo da marca HBO e de um estudo de público.

A televisualidade e a HBO se aproximam da sofisticação e complexificação das

narrativas, técnicas e estéticas do cinema. Talvez por isso a HBO tenha começado a associar a marca a uma programação que vai além do “quality drama”<sup>111</sup> para ser um conteúdo televisivo que “não é TV” - de acordo com o seu slogan.<sup>112</sup> Tony Soprano vem de uma linhagem que parte de Scarface para Dom Corleone e os filmes de máfia de Scorsese, como *Os Bons Companheiros* (1990) e *Cassino* (1995). A criação de ritmo e tensão aposta na repetição e no leitmotiv para construção de atmosfera e como concepção estética. Algumas dessas imagens estão carregadas de força simbólica e são orientadas de forma não narrativa, ainda que ilustrem passagens da narrativa, como será aprofundado no decorrer deste trabalho.

Ainda, a riqueza de detalhes favorece a leitura, tanto no discurso textual quanto plástico, nas imagens em movimento. Mas, dá-se mais destaque ao que deve ser melhor apreendido pelo público, seja através da ênfase *passionante* dos elementos de discursividade textual, seja através do uso da cor, do enquadramento, do uso da profundidade de campo, do fora de campo. A multiplicidade plástica exige mais tempo para ser “saboreada”, e imprime um ritmo mais lento de leitura. Todos esses elementos contribuem tanto com uma leitura mais ou menos empática quanto com uma ênfase atmosférica que cause imersão.

Do mesmo modo, a aposta em uma obra visualmente mais desprendida do discurso textual permite que o espectador perceba mais detalhes da imagem e da paisagem sonora para além da voz. Quando o observador ou leitor não precisa estar preocupado em acompanhar a velocidade da narrativa ou dos diálogos, ele pode fazer outras leituras. Pode, por exemplo, através de uma maior delonga no tempo da história e do discurso<sup>113</sup>, “passear” por outros âmbitos do universo ficcional que não apresentam pontos de virada narrativa, mas que aprofundam a relação desse espectador com o universo da série, permitindo a criação de expectativas que podem ou não se confirmar, estabelecendo outra experiência temporal na televisão. “Portanto, o tempo do discurso é o resultado de uma estratégia textual que interage com a resposta dos leitores e lhes impõe um tempo de leitura” (ECO, 1994, p. 63)

E relacionando a narrativa e os elementos formais na leitura da série, mesmo em conteúdos totalmente narrativos, a imagem e o som podem ser explorados de outras formas.

---

<sup>111</sup> Jane Feuer comenta, por exemplo, que David Chase via cada episódio como um filme, não um episódio de série de TV. Entretanto, a linguagem utilizada, ainda que sofisticada e esteticamente rica, trabalhada com uma chave linguística e estilística que não é cinematográfica, é televisual.

<sup>112</sup> *It's not TV. It's HBO*. Slogan veiculado a partir de 1999.

<sup>113</sup> Umberto Eco (1994) fala do tempo compreendido nas estratégias narrativas, compreendendo além dos tempos discursivo e histórico, o tempo de leitura. Evidentemente, o tempo de leitura em produções audiovisuais pode variar de acordo com as estratégias narrativas- em seu consumo doméstico, alguém pode se deter mais tempo em uma cena e voltar se não entender- mas a leitura é mais ditada pelo meio de veiculação, especialmente na televisão. Ainda, costuma existir uma maior correspondência ente o tempo do discurso e o tempo da história.

Em *Família Soprano*, através de mecanismos e estratégias narrativas, o autor constrói tramas que podem pregar pequenas peças nos espectadores da série, desconstruindo caminhos que pareciam óbvios.

Contudo, mesmo ao ressaltar aqui a ênfase narrativa de *Família Soprano*, a série consegue construir estilos de imagem diferentes que dialogam dentro do seu universo visual. A série utiliza como recursos a iluminação dramática e o alto contraste para criar a atmosfera *mobster*, mas também aposta em atmosferas plásticas de maior experimentação formal, superando as prerrogativas estéticas do gênero. Enquadramentos incomuns, estética surreal e imagens recortadas que imprimem ritmos e evidenciam características visuais que flertam com uma imagem menos narrativa, autorreferente, mas que, em geral, surge como um adorno. Entretanto, o seu uso é notável e merece uma atenção mais detalhada.

Os sonhos de Tony, por exemplo, têm grande importância na narrativa da série e chegam a ocupar um episódio inteiro da sexta temporada de *Família Soprano*, no qual Tony entra em coma após levar um tiro. A estética que foge ao padrão televisivo é justificada pelo fato de ser um sonho ou uma alucinação, o que funciona quase como um mea-culpa para a aposta visual, acovardando um pouco a lógica de inovação. Contudo, se o “sonho” ocupasse uma cena que desfigurasse o realismo da série, esse seria um adorno estético, um acessório. Mas no caso de um episódio inteiro dentro de um sonho, o surrealismo serve a um mergulho na psique de um personagem, em uma focalização narrativa que extrapola os próprios padrões da série a ponto de não promover nenhum avanço na história, ou seja, na trama, durante cinquenta minutos.

Essa é uma estratégia que, reiterando os passeios no bosque da ficção de Eco (1994), permite ao espectador perceber vegetações e formas que ele não poderia caso se impusesse um ritmo frenético de ações para fazer avançar a história. Ainda, essa delonga é um caso de “desfamiliarização”, em que um ritmo ou uma expectativa é rompida pela mudança brusca tanto no tempo discursivo quanto no tempo na história. Assim, o espectador se perde e se reencontra, percebe e experimenta novas atmosferas dramáticas e plásticas, é conduzido através de outra temporalidade a uma imersão extremamente subjetiva e individualizada, com tempos de discurso e história não equivalentes, o que é raro em séries de TV.



Figura 6 – Episódio integralmente dentro de um sonho de Tony Soprano

Por fim, a “ousadia” aqui está muito mais relacionada à quebra na intriga passional promovida por um sonho dentro da narrativa de uma série sobre um gângster, a ponto de ocupar todo o episódio, do que na aposta imageticamente fora dos padrões. Ainda mais pelo fato de ser um tipo de delonga que na televisão deixa o espectador sem alternativa. Ele tem que mergulhar, ou trocar o canal.<sup>114</sup>

Ainda, a riqueza nos detalhes que compõem a atmosfera teleplástica da série estadunidense, cria um modelo de representação quase hiperrealista<sup>115</sup>, que pode ser desconstruído na cena seguinte. Assim como o uso de estéticas mais sensoriais e de maior experimentação formal, que compreende os elementos plásticos e sonoros da série, a imersão se dá pela prerrogativa dramaturgicamente de provocar sensações. Ou seja, o espectador é motivado a um tipo de mergulho na representação que se dá justamente através de estímulos e motivações de afeto.<sup>116</sup>

Ou seja, Família Soprano apresenta uma grande ênfase visual quando há uma

---

<sup>114</sup> O público quer saber o que aconteceu com Tony, se é grave, se vai morrer, como sua família recebe a notícia, o que vai acontecer com seus inimigos. Contudo, eles são levados por quase uma hora de delírios psicanalíticos no interior dos sonhos de Tony. E, nesse caso, não dá para simplesmente adiantar o filme, característica autoral e estilística da produção de ficção seriada da HBO, que corrobora o conceito de televisualidade, ou televisão estilo.

<sup>115</sup> Segundo Baudrillard (1991), a hiper-realidade é “a simulação de algo que nunca existiu realmente”.

<sup>116</sup> Este termo é cunhado neste trabalho para tratar de técnicas de manipulação emocional que busquem respostas afetivas no espectador, como medo, desconforto, alegria, etc.

subjetivação do olhar ou o foco narrativo se debruça sobre as percepções de Tony. Outro exemplo de como essa ênfase estilística opera, é o episódio 18 da sexta temporada, no qual Tony experimenta *peyote*. Aqui, a atmosfera lisérgica é incorporada aos elementos formais criando uma sensorialidade que faz referência às sensações do personagem naquele acontecimento. Essas são características importantes que definem a imagem-ritmo<sup>117</sup>, mas que, sobretudo retomam mais um elemento da televisão estilo, associadas a diversas estratégias discursivas, imersivas e de temporalidades incomuns aos conteúdos, como pular páginas do livro. O público que acompanhou a série na TV teve que esperar perplexo pela próxima semana em que o episódio foi exibido.



Figura 7 – Experiências lisérgicas de Tony Soprano sob efeito de peyote



Figura 8 - Experiências lisérgicas de Tony Soprano sob efeito de peyote

---

<sup>117</sup> A imagem-ritmo, na televisão, é entendida pela reunião entre som e imagem, permeada por uma forte interação entre ritmo, texto e dispositivo. É importante destacar esta particularidade da imagem televisiva uma vez que este ritmo que é impresso permeia um processo de imersão no universo ficcional através da estética e dos elementos sensoriais. Ver MUANIS, Felipe. A imagem-ritmo e o videoclipe no audiovisual. Galaxia (São Paulo, Online), n. 24, p. 64-76, 2012.

Se comparada com a produção televisiva contemporânea, a inovação e a abordagem controversa de *Família Soprano* parece muito diluída. Em 1999, quando eles exibem uma série cujo protagonista comete um assassinato, as apostas comercial e criativa tiveram grande repercussão na audiência, pela novidade, e na crítica especializada. No entanto, se comparada com as séries produzidas posteriormente, como *Breaking Bad*, de 2008 a 2013, (AMC), a violência ou a sofisticação que existe no seu discurso televisual não parece tão vanguardista.

Mas, a sua relevância consiste em ser um marco de transformação e em abrir frente para as ficções televisivas que se seguiram, não apenas na HBO, mas em outros canais de *broadcast* e *narrowcast*. Este caminho aponta para produções que além de trazerem novos elementos de linguagem permitem leituras mais múltiplas, assim como o estabelecimento de linguagens essencialmente televisivas que não precisam ser herdeiras diretas de outras, como o cinema, para serem sofisticadas ou visualmente potentes.

A maximização do estilo e afirmação de uma marca é um ponto de fricção importante dentro do discurso visual. Assim, a HBO expandiu o seu valor no mercado e afirmou sua marca através de uma postura comercial que aposta em identidade visual, em inovação e em uma grade de programação que propunha, desde o seu início, um tipo de fluxo específico – mais fluido. Mas, a exclusividade e originalidade à qual a empresa está atrelada se devem, principalmente, à sua política de autores, que dá autonomia criativa aos criadores das séries que o canal produz. Por isso a relevância de *Família Soprano*, ao estabelecer o formato do *quality drama* por excelência. Nesse momento em que o *drama seriado* tem ganhado fôlego em produções brasileiras, a partir da própria HBO.

### 3.3 Atmosfera **Sonora na televisualidade de Família Soprano**

Há muitas ferramentas que podem ser utilizadas para provocar sensações a partir da construção de universos que evoquem afetos, podendo ser estes das mais diversas naturezas. Ao tratar de uma *atmosfera fílmica*, por exemplo, Inês Gil (2012) pontua como os componentes formais do cinema poderiam “fabricá-la” por meio de recursos mais sutis dentro destes elementos, como o “fora de campo”, que já foi aqui citado. Estes podem promover diferentes estímulos através de inúmeras ambientações que compõem a *atmosfera geral* da obra.

Assim como Inês Gil (2012) trabalha essas partes constitutivas como forma de criação de atmosfera no cinema, que não deve ser confundida com as noções de clima e ambiente. No

caso desta análise, serão enfocados aspectos da atmosfera sonora, e não plástica, que estejam presentes no uso do som, ou seja, na voz, na música e nos efeitos sonoros, como forma de promover sensações nos espectadores e uma experiência mais *imersiva* para um conteúdo televisivo.

E ao se tratar de imersão, *Família Soprano* usa de recursos e estratégias sonoras que preenchem quase completamente os temas e trilhas que compõem sua paisagem. Mesmo no uso de um som ambiente quase naturalista, a atenção aos detalhes evidencia de forma bastante interessante as ferramentas e estratégias para construção de atmosfera através do som da série.

A HBO utiliza sempre a imagem cinematográfica, algo que John Caldwell (1995) considera uma imagem elaborada, que é característica da televisão estilo, ao contrário da televisão de *intensidade-zero*. Essa imagem cinematográfica, mas meio videoclíptica, em *Família Soprano*, surge em passagens em que o som imprime um determinado ritmo às imagens.

Na última cena do último episódio da série, *Made in America* (2007) as sucessões de imagens são coordenadas pelo ritmo de *Don't Stop Believing*, da banda de rock norte-americana Journey. Ainda que as imagens fossem narrativas, seus cortes e seu ritmo obedeciam ao compasso da música, suas subidas e descidas.

Essa é uma cena muito comentada pelos fãs da série, e que gera diversas teorias, devido a seu final em aberto. Trata-se de uma cena em que Tony Soprano (James Gandolfini) janta com a família em uma lanchonete. A canção acompanha toda a cena, e integra a diegese sonora, pois foi o personagem que escolheu a música no Jukebox. Os demais ruídos do local são amplificados, como se anunciassem uma tragédia. Tony esperava sozinho por cada pessoa de sua família. Primeiro, chega Carmela (Edie Falco), sua esposa. Logo A.J. (Robert Iler), seu filho. Sua filha Meadow (Jamie-Lynn Sigler) não consegue estacionar o carro, então demora a entrar na lanchonete. O motor emite um som bastante amplificado, que denuncia uma estratégia de som dramático e pouco menos naturalista.

Apesar de o som da música ser diegético, ele é aumentado e abafado de acordo com o som que se quer ressaltar da cena, com uma abordagem hiperrealista declarada. Burburinhos, passos, tilintar de talheres. Há um suspense construído através das estratégias já relatadas somadas à *mise-en-scène*. Quando Meadow vai entrar na lanchonete, o que se deduz pela rápida montagem e pelo som do sino da porta da lanchonete, a resposta é um rápido contra plano de Tony e, logo, dez segundos de tela preta e silêncio antes dos créditos.

A estratégia é conhecida para cenas que pretendem impacto “afetivo” no espectador. Trata-se do efeito de suspensão sonora, ou seja, de promoção de impacto pelo silêncio, de que trata Chion (2008). O autor usa o termo especificamente para falar de um efeito imersivo

pensado para a sala de cinema, mas ele é remontado aqui para promover uma experiência televisiva que se aproxima cada vez mais da finalidade de mergulho na representação, no uso do som que o cinema promove.<sup>118</sup>

Mas, essa leitura pode ir mais além. Como predomina na imagem-ritmo<sup>119</sup>, a música na série, como de natureza não *vococêntrica*<sup>120</sup> *verbocêntrica*<sup>121</sup>, não promove apenas identificação do espectador com as ações e as imagens. Ela também agencia seu ritmo, organiza, em alguns casos, a *consecutividade* narrativa, altera a montagem e promove sensações através de uma maior sensorialidade.

Ou, ainda, o uso da *voz* é manipulado a fim de passar sensações em momentos específicos. As temporadas da série costumavam acabar com cenas de jantar em *família*. A voz de Tony é reiteradamente projetada em maior volume em relação aos outros personagens, além do uso do eco em situações supostamente naturalistas.

Esse aspecto da paisagem sonora refletida na voz do personagem é um importante recurso de focalização narrativa sobre o protagonista. Ainda a esse respeito, o 5º episódio da 1ª temporada, *College*, na já mencionada cena em que Tony estrangula um “inimigo” com um arame, esclarece um pouco o uso de pequenos efeitos sobre a voz.

O som ambiente aqui também é aumentado e *clipado*, com subidas e descidas repentinas de volume. Há ruídos de pássaro ao longe, mas o som é abafado de modo a deixar a voz de Tony mais assustadora e os sons dos dois personagens em total evidência. Ainda, após Tony matar Petruccio, o uso de *leitmotiv* surge através do som, quando ele escuta o som de um grupo de patos; o que remete à suposta causa primeira de seus ataques de pânico.

A *imagem-ritmo* é potencializada pelo tom hiperrealista que compõe a paisagem sonora e o olhar subjetivo sobre as experiências do personagem. E está presente na composição formal e na televisualidade da série, ainda que pontualmente e de forma mais sutil. O som representa para formatos narrativos para a TV uma importante possibilidade de experimentação e autonomia do discurso textual, pois pode flertar com outras estéticas sem romper completamente com os referenciais estéticos do programa e do formato.

---

<sup>118</sup> E isso se reflete também na tecnologia dos aparelhos de televisão que também caminham para a potencialização da imersão. Não apenas no aumento no tamanho das telas e na definição das imagens, mas na adoção do som *surround* que remonta ao som das salas de cinema.

<sup>119</sup> Retomando a ideia de imagem-ritmo, na televisão, permeada por uma forte interação entre ritmo, texto e dispositivo. É importante destacar esta particularidade uma vez que este ritmo que é impresso está intimamente ligado ao som, ao mesmo tempo em que permeia um processo de imersão.

<sup>120</sup> Que favorece a voz em relação aos outros sons. Para mais informações, ver CHION, Michel. *A Audiovisão. Som e Imagem no cinema*. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2008, P. 13

<sup>121</sup> Chion (2008, p. 13) fala de uma concentração na voz, na fala, mas por sua expressão verbal. Não por sua textura ou timbre originais, mas por sua inteligibilidade.



Figura 9 – Cena final do último episódio da série, “Made in América”, Tony entra na lanchonete.

Figura 10 Cena final do último episódio da série, “Made in América”, um homem entra mas se mistura ao ambiente por causa da figura de AJ (filho de Tony), no mesmo plano.

Figura 11 - Cena final do último episódio da série, “Made in América”, percepção do espaço.

Figura 12 – Muito além de um jantar em família no último episódio da série.

A análise de *Família Soprano* já sugere como a articulação de elementos do texto, da imagem e do som da série definem estéticas e componentes formais da *televisualidade* associadas a ferramentas da dramaturgia, através da percepção sensível e da imersão. No entanto, destacados da apropriação da linguagem pela dinâmica da audiência e das televisualizações, esses poderiam ser traços específicos à série, que não apontam para caminhos do gênero e do canal.

Nesse ínterim, analisar o som, a imagem e o texto a partir da imersão em uma série da HBO em outro contexto temporal e outro país de produção, dão sintomas mais claros de que essas são tendências de um momento do drama seriado, especificamente na TV paga. Ainda, avançar nessa análise permite investigar que traços as distintas televisualizações imprimem em modelos e estéticas difundidos de modo globalizado na televisão.

Desse modo, a análise da série brasileira *Filhos do Carnaval*, pretende aprofundar um pouco mais essas dinâmicas da *imersão* e da *televisualidade* a partir dos elementos formais que as estruturam, articuladas à HBO.

### 3.4 – O drama seriado no Brasil através de Filhos do Carnaval

Do ponto de vista neotelevisivo, a construção dos personagens em *Filhos do Carnaval* (2006 a 2009 de Cao Hamburger), seus universos específicos e as atmosferas dramáticas<sup>122</sup> são ímpares no que diz respeito ao entendimento das estratégias televisuais que marcam esse momento da TV. Para tais estratégias, nota-se na série a evocação de uma atmosfera quase sempre latente, passiva, fundamentalmente ritmada e plástica para a criação de sensações e afetos, de construção de expectativa, de formas mais ou menos imersivas<sup>123</sup>, para o espectador

---

<sup>122</sup> O uso do termo “atmosfera” aqui se relaciona muito com seu uso no trabalho de Inês Gil (2005).

<sup>123</sup> Por imersão, nesta colocação, estou trabalhando formas de espectadorialidade nas quais a imagem, o conteúdo televisivo ou, ainda, a representação absorvem o espectador de modo a borrarem os limites entre universo real e universo pictórico.

em relação à representação.

No caso da HBO, o drama televisivo utiliza sempre a imagem cinematográfica, algo que John Caldwell (1995) considera uma imagem elaborada e característica da *televisão estilo*. Essa imagem cinematográfica, que amiúde assume traços videoclípticos, também está presente nas produções da HBO Brasil e em *Filhos do Carnaval*.

Com relação ao texto e à teledramaturgia, *Filhos do Carnaval* constrói um jogo de poder que tem como eixo central o personagem de Anésio Gebara (Jece Valadão) que, dono de escola de samba e banqueiro do jogo do bicho, quer passar os negócios da família para Anesinho (Felipe Camargo), seu sucessor natural. No entanto, a morte de Anesinho, ainda no primeiro capítulo da primeira temporada, deixa em aberto qual dos outros três filhos ficará no lugar do pai. Sucessão familiar em jogos de poder é um conflito relativamente recorrente em dramas que se aproximam ao *mobster*<sup>124</sup>, mas quando somadas às aproximações com o melodrama familiar e com uma atmosfera psicológica através do *hiperreal*, seu universo ganha uma especificidade interessante, a ser mais detalhado adiante.

Podemos entender tal abertura polissêmica, no caso da construção da ironia, por exemplo, na leitura deste texto televisivo. Coabitam na construção da série<sup>125</sup>, a violência simbólica e a cartografia de uma grande cidade; no caso, o Rio de Janeiro. Tais elementos compõem uma narrativa de poderes, crimes e contravenções, feita através de componentes sonoros e imagéticos de grande sensorialidade e ênfase estética que servem à criação de um universo não completamente realista e autossuficiente em termos de leitura, mas cuja abertura é negociável.

A série trata de uma família que vive do “Jogo do Bicho” e dos conflitos familiares, afetos, disputas de poder e sucessão familiar. Anésio Gebara é o chefe dessa família, e tem dois filhos registrados por ele e dois outros filhos que coabitam no seio da “família”, mas que não são oficialmente reconhecidos pelo pai.

---

<sup>124</sup> Narrativas com temática de contravenções, organizações criminosas organizadas e máfia, popularizadas com histórias que tratavam da máfia italiana nos Estados Unidos.



Figura 13 – Jece Valadão como Anésio

Nilo (Thogun), negro, morador de periferia, filho de Anésio, porém ilegítimo, domina bem todas as camadas do processo e dos negócios do pai, é sua mão direita, mas é seu motorista. Na hierarquia e organização do trabalho, ele figura como um empregado menor, mas faz alguns “trabalhos sujos” quando necessário. Tenciona se afastar da atividade da *família*, no entanto, as circunstâncias sempre o levam de volta ao universo da contravenção, no que pese a sua “boa índole”, construída sob uma perspectiva moralizante. Essa lhe parece uma oportunidade de carreira e de uma ascensão social mais acessível. Aqui, os emblemas sociais parecem quase que didáticos. No entanto, a leitura deles pode residir nessa possibilidade polissêmica do texto televisivo. Além do elemento clássico do gênero melodrama, essa problemática do “filho ilegítimo” que assume a função de reviravoltas na narrativa através de potências na evocação de afetos no espectador, existe todo o imaginário simbólico no negro pobre morador da periferia do Rio de Janeiro.

No interior da família, e na subjetivação do olhar sobre cada personagem, a oposição se dá organizada por escolhas e espaços de sociabilidade que podem ser acionados e motivados individualmente. Eles têm ânsias, medos, vontades, motivações, vibrações, e são humanizados por todas essas camadas. No âmbito social, ou público, entretanto, as práticas se referem menos às individualidades das personagens e mais a uma normatização social que funciona não só dentro da lógica de um *Estado Penal*, como é na realidade social brasileira, mas também da família como espaço de legitimidade de escolhas. Em outras palavras, os “filhos bastardos de Anésio” que vêm a ser negros e pobres, partem de um constructo social que os associam com automatismo à violência e ao universo da contravenção, mas quando a família precisa se unir, eles assumem novos papéis dentro da organização do crime, ou dos negócios

da família.

Tal reorganização da hierarquia familiar só ocorre, contudo, quando a família Gebara está sendo investigada pelas contravenções praticadas. A recente função de liderança de Brown (Rodrigo dos Santos) e Nilo nas atividades ilegais, junto ao filho legítimo de Gebara, Cláudio (Enrique Diaz), os colocam passíveis do mesmo julgamento que o irmão, esse, com melhor aparato de proteção e privilégios de elite branca, ainda que marginal.

É ainda mais sintomático dessa construção o fato de a escola de samba ficar situada na periferia do Rio, mas Anésio e sua família “oficial” viverem na Zona Sul<sup>126</sup>, protegidos pela estrutura de um bairro com mais acessos e segurança, mas também por seu imaginário social. Eles se distanciam da periferia, sua violência física e simbólica, e das atividades que praticam nesta parte da cidade. No entanto, Nilo e Brown vivem na periferia, no entorno da escola de samba do pai, a quem eles não tratam como figura paterna, mas como topo de uma hierarquia organizacional.



Figura 14 – Episódio piloto, vazio fantasmagórico do apartamento no Rio de Janeiro de frente para o mar.

Cláudio, filho branco, “pai de família” e de classe média, foi o que não nasceu para o negócio. Ele mora em São Paulo com a mulher e o filho e não se relaciona com nada do que

---

<sup>126</sup> Na cidade do Rio de Janeiro, locação dos acontecimentos do seriado, a Zona Sul da cidade é habitada majoritariamente pelas classes média e alta. Da mesma forma, a população carente se situa na Zona Norte, Oeste e nas Favelas.

se dá nos meandros do pai e do irmão Anesinho, mas, diante das circunstâncias familiares, se associa à contravenção. Individualmente, Cláudio vê na possibilidade de administrar os negócios do pai uma perspectiva de empoderamento pessoal. De mostrar liderança e força, mesmo não sabendo exatamente como funcionam os processos com os quais passa a lidar. Do ponto de vista social, a morte do irmão o levou a isso, mas ele tem opções, além de ter conforto e acesso a advogados para orientá-lo.

É importante contemplar a ironia e a polissemia como partes integrantes do texto televisivo. Consistem assim, numa dinâmica de mediação, onde se completam no entre-lugar referente ao leitor e ao signo. Caso contrário perde-se de vista não somente a hierarquia dos discursos, pontuada por Fiske (1978) como os deslocamentos e contradições que o contexto da leitura permite ao texto, ou seja, aquilo que o espectador escreve nele a partir de sua perspectiva e subjetividade.

Um espectador morador do Rio de Janeiro vai apreender a ironia racial a partir de um lugar da geografia política da cidade com a qual ele se relaciona. Um morador da Zona Sul do Rio, por exemplo, talvez agregue uma experiência de cidade à leitura do texto de forma distinta de um morador das periferias. Ainda, um brasileiro morador de outro Estado talvez abarque todo o imaginário simbólico da violência urbana midiaticizada do Rio de Janeiro. Um espectador que não é brasileiro talvez faça uma leitura mais direcionada pelo exotismo do Jogo do Bicho e do universo da escola de samba, atenuando a leitura das nuances que residem na construção de imaginários sociais.

Outros elementos de polissemia do texto que Fiske (1987) aponta, para tratar de sua abertura e espectralidade, são a metáfora e a própria noção de humor, ou piada. Na elaboração metafórica, na comicidade ou na ironia, a colisão de discursos pode produzir uma explosão de significados que não serão completamente controlados pelos limites do texto em si. Tal abertura é possível porque a contradição permeia esses processos, e é um importante agente de polissemia, agindo sobre o “real”, sobre o “texto” ou estabelecendo um diálogo entre ambos.

Textos que elaboram ou percorrem discursos de uma ideologia dominante, hegemônica, ou se debruçam sobre estratificações sociais, como é o caso de “Filhos do Carnaval”, podem ser populares entre aqueles que são reprimidos, subordinados ou estigmatizados por ideologias específicas. Nesse sentido, eles podem conter contradições, ainda que reprimidas, que leitores opositores podem ativar para servir a seus interesses culturais ou a dinâmicas de empoderamento através de sua produção de subjetividade. Claro que para entender o campo de leitura desses textos é metodologicamente fundamental ter clareza sobre o meio, o veículo

e sua segmentação. No caso de uma série da HBO, mesmo feita no Brasil, por se tratar de um canal pago de conteúdo *premium*<sup>127</sup>, é destinada a um público de nicho, em âmbito nacional e internacional, o que acaba delimitando o campo possível de tais contradições. Ainda assim, sua multiplicidade e entrelaçamento de vozes, secundárias e terciárias, se dão através do texto e do leitor. Há muitas vozes e muitos textos, assim como o entrecruzamento entre ambos.

Tal explicação acerca do universo dramático da série é metodológico, no contexto das predominâncias neotelevisivas na evocação ao público e aos dramas do homem comum, uma vez que o drama familiar tem um enfoque significativo, especialmente na primeira temporada. Reside neste enfoque, uma abordagem que retoma a vontade de fidelização de um público que poderá se identificar com personagens à medida que consegue projetar neles alguns de seus conflitos particulares.

*Filhos do Carnaval* constrói um Anésio fragilizado com a morte do filho e assombrado por medos que beiram a paranoia. Mas, trata-se aqui de um banqueiro do *jogo do bicho*, uma importante organização criminosa que faz parte do imaginário popular brasileiro, com problemas e fantasmas ordinários, comuns. Ou seja, há aqui a construção de um referencial com a vida e os problemas do público expressos através desse homem do cotidiano. Esse é um traço determinante da neotelevisão, como estratégia para atrair o público e dar a ele uma experiência de pertencimento.<sup>128</sup> Essa estratégia cria uma aproximação entre o universo pictórico e o cotidiano do público que assiste aos programas.<sup>129</sup>

No caso de *Filhos do Carnaval*, esse referencial se soma a atmosferas não tão naturalistas e que diversas vezes transbordam o realismo através de recursos estilísticos e de uma elaboração visual e sonora mais abstrata. Uma vez que a trama é naturalista, mas o tratamento e a linguagem flertam com o fantástico.

Em dita instância, a série se aprofunda nas fraquezas e nas falhas de caráter dos personagens e no crime organizado, a partir de chaves de linguagem e pressupostos do gênero policial – a *atmosfera concreta* aqui é manifesta<sup>130</sup>. A tensão está no som do tiro, no carro que

---

<sup>127</sup> Ou seja, faz parte dos pacotes de assinatura mais caros da TV Paga.

<sup>128</sup> A evocação direta ou indireta do espectador e do universo doméstico é característica que predomina em talk shows e programa de entrevistas, mas pode ser encontrada também na ficção televisiva.

<sup>129</sup> A neotelevisão se coloca como espaço do cotidiano, que estaria integrado com o espaço de sociabilidade que se constitui no entorno do consumo televisivo. Mas a sociabilidade para esse espectador estabelece uma relação que é, sobretudo, um consumo individualizado, ainda que posteriormente aconteça em grupo, coletivamente. Ou seja, mesmo quando o espectador assiste a um programa em grupo, a sua relação com o conteúdo não permite que a interação se dê de forma conjunta, ela é particular e pautada pelas percepções individuais da imagem e do som.

<sup>130</sup> Atmosfera que expressa uma semântica marcada, preponderante. Inês Gil (2005) classifica as possibilidades atmosféricas, na análise de uma atmosfera no cinema, a partir do entendimento de que esses são conceitos que

acelera, no uso de um *contracampo* que acentua o suspense, mas todos os elementos estão consolidados ao discurso textual da série, somados aos componentes visuais e de imersão.

### 3.5 Filhos do Carnaval: Atmosfera Plástica, Leitura Visual e Imersão

Inês Gil (2005) fala da atmosfera como uma força capaz de gerar sensações e afetos nos receptores, que é o que dá à representação um aspecto de realidade. Na cena que abre o episódio piloto<sup>131</sup> de *Filhos do Carnaval*, há o uso de uma profusão de signos visuais simbolistas, que são usados como *leitmotiv*<sup>132</sup> e detonantes de uma superstição ou medo que pode ou não se confirmar. O gato preto que surge na tela, inicialmente tem ligação com a narrativa somente pelo nome do episódio, afastado da diégese. A imagem da lápide aparece como a visão de um pesadelo e que se repete na vida do personagem, não apenas no sonho. A tinta preta que escorre pelos ombros de Anésio o veste de uma atmosfera sombria e mórbida. Tudo construído em tom surreal, mesmo quando Anésio acorda do pesadelo.

A cena em questão foi filmada com lente grande angular, o que proporciona uma imagem distorcida, que causa estranhamento. Além disso, há uma composição de cores frias, modificadas na pós-produção, que constrói uma visualidade pouco naturalista, o que cria uma evidente correspondência com as noções de televisualidade.

Contudo, o gato, a tinta preta que escorre, e até o som da cuíca que entrecorta as ações, só adquirem essa tonalidade sombria porque partem do investimento em um olhar subjetivo no espaço. A atmosfera criada nessa cena, tanto por seus elementos como pela forma ritmada com que foram dispostas, enunciadas, se concluem na instância do afeto. Esses elementos, isoladamente, poderiam conter tantas outras significâncias – visto que a atmosfera é percebida a partir de critérios pessoais projetados na tela – ainda que os simbolismos respeitem a alguns códigos previamente estabelecidos em um lugar, uma cultura, uma língua, etc.

---

permeiam alguma flexibilidade dentro das muitas possibilidades de expressão, apesar de defini-los e organizá-los em um quadro objetivo. Ver Ines Gil, *A Atmosfera no Cinema: o Caso de A Sombra do Caçador de Charles Laughton entre o Onirismo e Realismo*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 2005, p.37-38.

<sup>131</sup> Refiro-me aqui ao primeiro episódio da primeira temporada de uma série.

<sup>132</sup> O uso aqui se refere a elementos usados como figuras de repetição que detonam uma alusão, sensação ou acionam epígrafes narrativas.



Figura 15 – Gato Preto – Episódio Piloto

De volta ao gato preto, que surge em diversos momentos do episódio piloto<sup>133</sup>, este funciona como elemento de ligação sem função textual atrelada a uma construção diegética. Ele remete a um imaginário simbólico, um mau presságio para a família Gebara, e imprime sensações enquanto código, mas também provoca a percepção enquanto textura e cor, a partir do movimento da câmera que o acompanha, do entorno enquadrado e por seu caráter de *insert*, que promove um tipo de leitura específico.

Desta maneira, se constituiria uma “atmosfera plástica”, a partir da concepção de que os seus estímulos vão além dos domínios da representação para se completar nos “espaços” psíquicos e afetivos, ou seja, na percepção<sup>134</sup> do espectador. Nesse espectro, atmosfera é entendida, de um lado por sua tangibilidade material e, de outro, pela intangibilidade do imperceptível, a partir de uma esfera abstrata e subjetiva. Em outras palavras, transformações no uso dos elementos formais na série de TV, apontam para uma televisão cada vez mais sensorial.

<sup>133</sup> Episódio intitulado “Gato: O Bicho Das 7 Vidas”. Todos os episódios da primeira temporada jogam com os animais do Jogo do Bicho, tanto no título de seus episódios como na construção de suas atmosferas gerais.

<sup>134</sup> Tradição filosófica até o século XX, distinguia a sensação da percepção a partir de seu grau de complexidade. A partir deste entendimento dos dois conceitos, a sensação é o que nos dá qualidades exteriores e inferiores, isto é, qualidade dos objetivos e os efeitos internos dessas qualidades sobre nós.



Figura 16 – Anésio e os filhos: disputa de poder em “família”

Esse comentário pontua a percepção como subjetiva e objetiva. Ela engloba uma margem de variabilidade de indivíduo para indivíduo, mas contém componentes que estruturam seu conjunto. A atmosfera perpassa um processo perceptível de diferentes pequenos estímulos de afeto que é de natureza individual.<sup>135</sup>

Outrossim, a série brasileira mescla características visuais que flertam com uma imagem menos narrativa, autorreferente, mas, em geral, essa abordagem surge como um adorno. De fato, ela apresenta uma estética bem marcada, ritmada, arrisca outras experiências temporais, mais rápidas ou mais lentas. Contudo, ainda que ela aposte no ritmo, abuse de *inserts* imagéticos e sonoros, especialmente em sua primeira temporada, o faz sem se afastar muito de sua estrutura narrativa. O papel da narração é modelar nesse sentido, já que é a voz e o texto que orquestram as imagens ritmadas.

A premissa para esta discussão é que, mesmo em dispositivos totalmente narrativos, a imagem e o som podem ser explorados de outras formas. Em *Filhos do Carnaval*, a natureza dos conflitos e das personagens é pouco a pouco revelada através do ponto de vista do personagem Nilo, com o recurso da *voice over* que narra alguns acontecimentos e imprime opiniões. Nesses momentos, é comum o uso de imagens e sons não narrativos, com um ritmo que é ditado tanto pela música de fundo quanto pela fala da personagem. O quarto episódio da

<sup>135</sup> Falar de uma atmosfera televisiva recai na discussão sobre como um meio de apelo comunitário por seu conteúdo e transmissão possa estar se utilizando de estratégias imersivas e de criação de atmosferas que se dão por processos intensos de um só observador e, logo, são individuais.

primeira temporada traz momentos específicos de montagem mais acelerada que o resto do episódio, mesclando imagens com função narrativa e outras que propõem uma construção mais visual e independente. Há uma sucessão de planos que passam pela rotina de uma manhã de Joel (Jorge Coutinho), pai adotivo de Nilo, e do próprio Nilo; imagens de cobertura do Rio de Janeiro; meninos jogando bola; uma urna com números do jogo do bicho, girando. Essas imagens são ritmadas pela música pulsante, sons ambientes e inserções sonoras não-diegéticas.

Os enquadramentos e os movimentos de câmera, especialmente nestes *voices over*, criam um tipo de imersão<sup>136</sup> muito específico, sinuoso, mas a partir de uma chave de representação<sup>137</sup> que não é muito naturalista. Que se situaria, talvez, em uma chave de *hyper-realismo*, especialmente no uso de efeitos sonoros- inclusive na voz.

Ou seja, mesmo em epígrafes nas quais o discurso textual predomina para dar andamento à narrativa, a partir de uma atmosfera ativa<sup>138</sup>, a imagem tem muita força na leitura do espectador e os elementos que compõem a atmosfera plástica tem grande importância na experiência sensorial e afetiva da série. A saturação das imagens, o uso de planos menos convencionais, os movimentos de câmera que causam desconforto ou vertigem e o uso de uma iluminação dramática constroem uma série de ênfase atmosférica, e de grande impacto visual e sonoro. A imersão e a construção de afeto, visualmente, se dão muito a partir da criação da tensão e ritmo a partir de um diálogo forte entre o *campo* e o *fora de campo*, e, sob outro ponto de vista, a partir da imagem cinematográfica e com profundidade de campo.

O tratamento imagético da série propõe uma estética mais sombria do que se poderia esperar de ambientes familiares aos espectadores, como a cidade do Rio de Janeiro ou uma quadra de escola de samba. O som de cuíca que se repete e é usado quase como dispositivo de transição entre cenas é uma figura de ligação ou *leitmotiv*, que assume uma natureza sombria e cósmica, como um prenúncio mórbido.

No primeiro episódio da primeira temporada de *Filhos do Carnaval*, o público assume a

---

<sup>136</sup> Assim como o cinema, a televisão também caminha no sentido de uma experiência cada vez mais imersiva, mas através de estratégias próprias que, a partir de suas singularidades, oferece ao espectador novas formas e experiências imersivas.

<sup>137</sup> A televisão tem possibilidades de quebra de diegese limitadas, uma vez que seria necessário apagar a imagem da sala, ou do quarto, ou de algum outro cômodo em que se faça uso de um aparelho de TV, e do limite de enquadramento do suporte que exibe a imagem<sup>137</sup>. No cinema, a tela grande e o controle de ambiente da sala escura, diminuem a visão daquilo que está entre o observador e a imagem. No mesmo sentido, os óculos 3D com protetores laterais impedem a visão periférica e favorecem a imersão no filme. Entretanto, a televisão tem incorporado ferramentas imersivas que já são utilizadas no cinema, como os óculos 3D em alta definição.

<sup>138</sup> Atualizo o cunho “atmosfera ativa”, de Gil (2005), para tratar de uma atmosfera visual que faz avançar a trama narrativa, neste caso, da série analisada.

perspectiva do sonho de Anésio, sombria e tensa. Porém, a morte anunciada acompanha não apenas os diálogos do restante do episódio, ela está presente em imagens cheias de simbolismos, além de extremamente ritmadas, e inserções sonoras que extrapolam a estética do real e deixam o público esperando a confirmação de um presságio mórbido.

No final do episódio, a atmosfera visual, e sonora, que compõe o universo do samba e do carnaval é consolidada a partir de uma *musicalização* que já insurgia em diversos momentos da série. Ainda que as imagens fossem narrativas, seus cortes e seu ritmo obedeciam ao compasso da música, a suas subidas e descidas, e orquestravam uma atmosfera de ansiedade latente no espectador, que sabe que aconteceu alguma tragédia e é envolvido na tensão criada pela atmosfera dramática do episódio até que se revele o seu desfecho.<sup>139</sup> Nesse momento, a atmosfera latente é quebrada e a mesma se torna manifesta, na atmosfera concreta da série, expressa em seus códigos semânticos.

Um das marcas da neotelevisão é a agilidade e o ritmo que se dá não apenas pelo fluxo e pelos cortes rápidos, mas pela sensorialidade da experiência televisiva. Na paleotelevisão a comunicação transcorria através de um espaço de conhecimento e afetividade, onde a televisão era uma experiência de socialização em que as pessoas aprendiam e vibravam. A referida experiência se dava através de uma comunicação pedagógica em que a televisão representava uma instituição que tinha a função de ensinar. Já na neotelevisão, a percepção visual e sonora, eloquente e ritmada, cumpre um papel de energização que conduz a um consumo individualizado, assim como o fazem as estratégias de imersão que borram os limites da representação e a ênfase atmosférica que modula sensações e afetos nos espectadores.

Ainda, a riqueza de detalhes favorece a leitura do texto nas imagens em movimento. Mas, através de diferentes estratégias imersivas os realizadores podem dar mais destaque ao que querem que seja primeiramente apreendido pelo público. Do mesmo modo, a aposta em uma obra visualmente mais desprendida do discurso textual, ainda que dentro de um conteúdo narrativo, reatualiza pressupostos da *virada imagética* de Mitchell (1995), e da virada televisual, para a ficção televisiva, estratégia que pode ser percebida na série *Filhos do Carnaval* e permite que o espectador perceba mais detalhes da imagem e seja mais estimulado por elas, a partir de sua vibração subjetiva causada por aquilo que vê e escuta.

Esse mergulho na representação que a televisão tem possibilitado e construído,

---

<sup>139</sup> A descrição é ainda da cena do episódio piloto, quando o suposto suicídio de Anesinho é evidenciado por seu corpo morto estirado no chão.

especialmente nos conteúdos ficcionais, se dá a partir de uma imagem de cada vez melhor definição, menos chapada e com mais profundidade de campo, além de todo um campo de experimentação autoral recém-redescoberto. Essas transformações que se refletem na atmosfera televisual, a partir de sua imagem, mudam a forma como seus conteúdos são produzidos e demandam um olhar mais atento dos estudos da imagem aos seus componentes plásticos e de linguagem.



Figura 17 – Na mesma cena, metaimagens abundantes na morte de Anesinho: o bicho, a lápide e o gato preto.

Figura 18 - Na mesma cena, metaimagens abundantes na morte de Anesinho: o bicho, a lápide e o gato preto.

Figura 19 - Na mesma cena, metaimagens abundantes na morte de Anesinho: o bicho, a lápide e o gato preto.

### 3.6 Aspectos da Imersão sonora em Filhos do Carnaval

Como em *Família Soprano* a série brasileira também promove suspensão repentina dos sons diegéticos, mas de modo a trazer consigo uma funcionalidade narrativa. No caso de *Filhos do Carnaval*, ele vem quase sempre associado a atmosferas mórbidas. Para este efeito, nas mortes dos personagens Anesinho (Felipe Camargo), no primeiro episódio da primeira temporada, e Brown (Rodrigo dos Santos), no último episódio da segunda temporada, o uso do silêncio como motivação de afeto se dá de formas bem similares. Ambos os personagens estavam em um ambiente preenchido por sons de uma bateria de escola de samba, com multiplicidade de texturas e *percussividade* acentuada. A ambiência nos dois casos é silenciada para que suas mortes sejam reveladas, enfatizadas, pela suspensão total de ruídos diegéticos e não-diegéticos. É o silêncio que impacta e ressalta o peso da atmosfera que ali se instaura. Nesse ínterim, ficam evidentes as motivações afetivas que as escolhas sonoras podem promover no espectador, nesse caso, pelo contraste e pela quebra.

E mesmo quando não há o uso da suspensão total como ênfase estilística, a série abusa dos contrastes. Exemplos bastante didáticos nesse sentido são as técnicas de aceleração e desaceleração de rotação, o uso de volume *clipado*, ou seja, com aumento repentino, assim como alterações no tom, sem uso de um *centro tonal*<sup>140</sup>. Assim, *Filhos do Carnaval* aposta em elementos e técnicas que promovem impactos e contrastes pelo incômodo e pela quebra, dissonâncias que percorrem escalas cromáticas, etc. Demais elementos de contrastes, pela repetição, criam ritmo, tensão, instauram uma leitura vertiginosa no espectador, o que fica evidente no uso dos ruídos, ou filtro dos mesmos, e adoção de alguns efeitos sonoros.

Ainda, componentes sonoros são trabalhados para ressignificar alguns códigos e temas

---

<sup>140</sup> Nota que serve de referência para acomodar escalas ou harmonias. É um ponto de referência sonoro, sem o qual se instaura uma instabilidade no receptor.

que normalmente figuram na paisagem sonora do samba e do carnaval carioca, mas dando a eles singular aspecto de morbidez e tensão, através de uma atmosfera sonora bem marcada por componentes de estilo. Fica evidente aqui o uso do som e da música como elementos preponderantes na sensação, sendo a música o elemento que organiza a ação, a montagem e que dita o ritmo dos acontecimentos. Essas são características importantes que definem a *imagem-ritmo*, conceito que Muanis trabalha ao falar do videoclipe musical.

Cabe à imagem-ritmo romper tempo e espaço, presentificar o tempo, evidenciando sua subjetividade por meio de imagens indefinidas – se lembranças, futuro, passado ou especulações. A montagem obedece a um caráter sensorial mais do que se baseia na música; apoia-se em uma lógica musical ao se afastar do referencial narrativo e do texto, obedecendo, assim, a um componente rítmico, muitas vezes sincrônico, para exprimir uma sensação do personagem. (MUANIS, 2012, p.71)

A aposta em uma experiência televisiva mais sensorial, mesmo em um conteúdo narrativo, aproxima *Filhos do Carnaval* da linguagem *videoclíptica* e da *imagem-ritmo*, principalmente por a série dialogar com muitos componentes que definem o conceito. A *flexibilização* e evidenciação da subjetivação do tempo, a subordinação da imagem à música, a mistura dos gêneros e formatos de que fala Muanis (2012), estão presentes, nas duas temporadas que compõem a série.

Esse traço dá à trilha sonora da série a predominância da *percussividade* sobre os temas melódicos, que vão aparecer muito menos. Ainda, a percussão predomina através de um uso fragmentado, pela repetição exaustiva e fora da diegese.

A esse exemplo, o cavaquinho que acompanha uma cena do episódio piloto da série, em que Anésio (Jece Valadão) se prepara para tingir os cabelos então grisalhos não recria a atmosfera alegre do carnaval. Ele preenche o ambiente de notas solitárias, sem formação de acorde, cujo uso de *delay*<sup>141</sup> no som das cordas indica uma continuidade na atmosfera de solidão.

No cavaquinho com *delay* predominam notas soltas e em escalas menores, que acentuam a atmosfera sombria no entorno de Anésio. Mas ele é acompanhado pelo som ambiente amplificado, ou seja, o som do pincel, do relógio, da respiração, e alguns vazamentos sonoros, criam uma única atmosfera. Essa ampliação indica estratégias claras de imersão. O interessante aqui é que o som base, percussivo, é formado pelo pincel e pelos

demais ruídos diegéticos cujos volumes estão notadamente aumentados, e é o cavaquinho que passa a acompanhá-los. O desenho de som desta cena quebra com o naturalismo e aposta em uma abordagem hiperrealista para promover o mergulho do espectador no universo sombrio que envolve um personagem que sonha com a morte de alguém da família. Ainda, seu uso transforma elementos sonoros do carnaval em *leitmotiv*, em gatilhos mentais para que o espectador crie expectativas acerca de sensações insólitas e medos das personagens, revelando seus conflitos internos e dimensões de seu psicológico.

O uso do som como *leitmotiv*, dentro de uma estratégia de manipulação emocional, é recorrente no cinema de horror, que necessita das respostas afetivas dos espectadores para que a trama avance como esperado e, por isso mesmo, trabalha elementos e estratégias que estimulem esse afeto de forma importante através do som, tanto no tema musical quanto nos efeitos sonoros.

Ainda, há o predomínio de escala menor nas entradas de sons de violão e cavaquinho, assim como o uso de acordes com *nona*<sup>142</sup>, somado aos ecos<sup>143</sup> e aos percussivos graves que acentuam a sensação de abismo e agonia através de bordões de samba em escala cromática como nota de ligação. Os contrastes pelo volume, a *atonalidade*<sup>144</sup> e a dissonância<sup>145</sup>, e seu uso recursivo na paisagem sonora da série, direcionam para um hiper-realismo ao passo que remontam recursos estilísticos que também são recorrentes no cinema de gênero Horror, pois promovem incômodos, medos e tensões.

No caso da série, o uso do eco está quase sempre associado à fala de um personagem sobre a morte ou quando esta aparece como tema norteador, e para promover sensações de tristeza, agonia, desapontamento, como preenchimento. Isso pode ser percebido na transição de cenas no minuto 17:48 do primeiro episódio da primeira temporada em que o som volta a trabalhar com técnicas de eco, utilizando *delay* em cordas agudas, trabalhando subtom/meiotom e dissonância. O som dos carros que passam na rua assume a função de percussão através do *loop* e o *fade out* ao final da cena, transformando-se na trilha de percussão da bateria de escola de samba, da cena seguinte. Mas, por mais contagiante que seja o ataque desta bateria, a sensação provocada é no sentido de um prolongamento do incômodo e da tensão, e não da

---

<sup>142</sup> São acordes em sétima com acréscimo de um intervalo, que resulta na nona.

<sup>143</sup> Costuma-se usar eco, o reverb e o delay para a construção de atmosferas menos lúcidas, em sonhos, em delírios, etc.

<sup>144</sup> Ausência de um centro tonal que se dá ao percorrer a escala cromática. A ausência de uma estrutura que acomode as diferentes escalas causa uma sensação de instabilidade.

<sup>145</sup> O predomínio de tom menor e uso dos meios-tons cria dissonâncias que naturalmente geram incômodos na audição.

vontade de dançar ou da energização.

### **3.7 Polisssemia do Hiperreal: Componentes de um hiper-realismo através do som de Filhos do Carnaval**

Loop, noise, microfônias e delays são técnicas adotadas em profusão na série *Filhos do Carnaval*. O eco é uma peça permanente no tema, que trabalha todos esses elementos de forma bastante percussiva, poucas vezes melódica. As bases rítmicas, mesmo de cordas ou teclas, pouco aparecem ditando melodias. As sensações são causadas justamente por impactos e repetições. A escolha da textura e dos temas remete ao próprio título da série *Filhos do Carnaval*, e com a temática geral dos episódios. E, cabe dizer, é notável como a técnica de *musicalização* aparece em todos os episódios, especialmente na primeira temporada.

Ou seja, a música que compõe os temas apresenta muitas referências de música brasileira, do próprio samba, englobando suas distintas modalidades, mas também temas latinos que aparecem, especialmente na primeira temporada, de forma bastante clara. Contudo, ela é tirada de seu contexto mais neutro para se assumir um fio condutor de atmosferas mórbidas ou violentas.

Mas, há outras referências que estão presentes, em menor escala, na música que compõe os temas da série. No começo do quarto episódio da quarta temporada, toda a trilha é trabalhada sobre uma base de guitarra isolada, com muita referência no soul e no funk californiano do final dos anos 1960.<sup>146</sup>

O começo do segundo episódio da primeira temporada evidencia uma grande tendência à *percussividade* através dos elementos sonoros identificados. O episódio se inicia com predominância de percussão em ataques lentos em compasso 4x4, filtrados por eco, tendo como instrumento de acompanhamento um violão de náilon, muito usado em samba. O violão, contudo, apresenta apenas uma única nota que acompanha todo o compasso percussivo, junto ao som de uma cuíca que surge de forma atravessada, sem direção correta para o compasso.

Ainda, há por trás do som dos instrumentos, em volume bem reduzido, uma trilha rodada de trás para a frente. Deste modo, a música assume em todas as suas camadas uma função norteadora da promoção de afetos, suspenses, e do avanço da trama, ao gerar

---

<sup>146</sup> O ritmo segue a linha de Sly & The Family Stone, banda norte-americana de funk e rock formada em São Francisco, Califórnia, que esteve ativa de 1967 a 1975.

confusões e criação/quebra de expectativas. Cabe aqui ressaltar que esta trilha é acompanhada pela manchete “Mistério na Morte de Filho de Bicheiro”, ou seja, mais uma vez a força dos elementos percussivos vem associada à temática “morte”. Na cena, os elementos sonoros citados acima estão mais destacados, amplificados, o que retoma um hiper-realismo sonoro bastante marcado. E aqui, mais uma vez, o tema morte continua ligado a *percussividade* grave com efeito de eco.

Chion (2008, p. 14) fala de um valor acrescentado para designar “o valor expressivo e informativo com que um som enriquece uma determinada imagem”. No caso da música em *Filhos do Carnaval*, o valor acrescentado se aproximaria do que Chion define como efeito empático, no qual ela exprime sensações e dá o ritmo e o tom das cenas.

De modo geral, o uso da música na série segue um mesmo padrão, até mesmo na sua organização. Basta notar que os episódios são abertos por uma trilha que dá o ritmo da sucessão de imagens, e para as quais se percebe um início, um meio e um fim, em uma *sequencialidade* que se repete ao longo dos episódios e se soma às demais estratégias de imersão sonora, já explicitadas. Essa padronização é um pouco modificada na segunda temporada, que flerta um pouco menos com a linguagem *videoclíptica* e a *musicalização*.

Mas, mesmo nesse segundo momento da série, eles retomam a *percussividade* mórbida e estilizada sempre que se instaura uma atmosfera relacionada à morte. Além disso, há claramente um padrão que reside nas dissonâncias, nos tons menores, nas notas sem formação de acorde e na predominância da percussão.

### **3.7.1 Voz**

Ao se analisar a voz na série *Filhos do Carnaval*, fica evidente o uso de técnicas que manipulam a percepção dessas vozes, em maior e menor intensidade. Além de certa dose de eco e do volume aumentado, ela pode vir mais ou menos distorcida de acordo com a dimensão psicológica dos personagens. Por exemplo, quando Anésio conversa com os filhos em casa a sua voz tem uma textura que é diferente de quando ele vai ao cemitério.

Outro detalhe importante é a narração em primeira pessoa do personagem Nilo. É através dele e do som de sua voz que recebemos as informações sobre aquele universo e sobre algumas viradas na trama que o personagem denuncia somente para o espectador. O

interessante é que, por se tratar de uma voz de autoridade<sup>147</sup>, ela tem uma frequência ligeiramente mais baixa do que a voz do personagem em diálogos com outros personagens.

No episódio dois, da primeira temporada da série, a narração de Nilo pontua o lugar do personagem em relação ao seu entorno, em relação ao pai, etc. O uso de trilha fora da diegese é comum em casos de voz narradora que norteia uma posição de uma personagem e o avanço da trama. E, aqui, ele compõe o ponto de escuta, em que se coloca o espectador na posição auditiva do personagem, através da focalização narrativa. E esse uso é recorrente tanto na televisão quanto no cinema. Mas, aqui a trilha de fundo modifica um pouco o ritmo das imagens, o que volta à análise para estratégias da televisão estilo, como a predominância de uma imagem-ritmo.

Nessa cena, sons de violões de aço se cruzam em duelo, utilizando notas menores que passeiam entre o choro e a valsa desacelerada, enquanto a voz narradora é posicionada – escalas pentatônicas e menores, seguidas de técnicas de *palhetadas*<sup>148</sup> predominam no arranjo de cordas, dessa vez, mais melódico, porém que ainda se utiliza de *ataques* que tornam a melodia bastante percussiva.

### 3.7.2 Efeitos Sonoros

A paisagem sonora de *Filhos do Carnaval* abusa de efeitos tanto nos sons diegéticos quanto nos ruídos, que estão fora da narrativa, como efeito de estilo recorrente na série. A maior parte desses efeitos já foi mencionada nesta análise, como *ecos*, *delays*, *reverbs*, *loops*, e o *noise*, que predominam em todo o espaço sonoro, e caracterizam tanto as estratégias de imersão da série quanto o seu hiper-realismo sonoro.

A abordagem estética dos ruídos é uma característica de imersão pelo som muito importante. O eco, com suas variações, predomina na paisagem sonora da série. Mas, há também outros efeitos que buscam um controle estético em detrimento da verossimilhança sonora. O *noise gate*, por exemplo, é utilizado no controle do volume de um sinal de áudio, em algumas cenas. Esse efeito permite que um sinal fique perceptível, audível, apenas se

---

<sup>147</sup> Os *voices over* de Nilo denotam um lugar de maior autoridade em relação ao que acontece na trama que o personagem só vai incorporar organicamente às ações e às falas em que interage com outros personagens, a partir da metade da segunda temporada.

<sup>148</sup> Palhetada é um tipo de ataque no qual se ouve o som desta tanto quanto o da corda, logo, compõe arranjos bastante percussivos mesmo quando estes carregam uma linha harmônica.

atingir um determinado nível de volume. Caso ele não esteja mais alto que um nível pré-determinado, seu sinal é cortado ou atenuado. Ele é utilizado quando a altura do sinal está acima daquele do ruído, como um filtro.

O interessante é que os efeitos estão intensamente presentes nas trilhas musicais, que motivam diferentes afetos e imprimem ritmo às ações durante toda a série. Mas, ele também surge em menor escala nos sons das imagens que estão dentro de quadro, seja em um *reverb* exagerado na voz dos personagens, seja numa pequena distorção no som dos talheres, que já é aumentado. Esse uso do som, dentro e fora da narrativa, instaura uma atmosfera muito marcada, de natureza bastante imersiva, ritmada, além de um tratamento que quase sempre extrapola o naturalismo, para direcionar para um hiper-realismo que está muito presente no som, mas também nos elementos plásticos, dramáticos, etc.

O contraste é uma técnica muito utilizada na série, e muitas vezes através de efeitos sonoros. Aos 4 minutos do terceiro episódio da primeira temporada, o som imponente da escola de samba dá espaço para um piano intimista, bem baixo e quase imperceptível, acompanhado por “chiados” de gravação antiga. Percebe-se que o “chiado” de envelhecimento é um filtro, ao notar-se que existe uma camada de *chorus* vazando, e isso é uma característica de ruído de *plugin*. A entrada do piano aqui acompanha uma falsa lembrança de Nilo, em relação à sua mãe que faleceu pouco tempo depois que ele nasceu.

Ainda, o uso de efeitos sonoros na série é muito característico quando os estímulos afetivos desejados são medo, tensão, desconforto. E é aí que o uso de distorções, dissonâncias são utilizados à exaustão, como *leitmotiv* sonoros que vão criar atmosferas tensas que pretendem promover um mergulho do espectador e, por vezes, agenciar quase que afogamentos.

Por fim, como pontua Chion (2008), o que dá sentido a um efeito sonoro, na instância do afeto, não é sua realidade acústica, mas o que a narrativa e a percepção subjetiva do espectador vão projetar sobre este efeito sonoro, o que coloca som e imagem em uma zona de influências mútuas na promoção do afeto e da imersão.

As características aqui analisadas na série *Filhos do Carnaval* apontam para um conteúdo de ficção televisiva com recorrência de marcas de estilo e estética que, além de residir na ênfase visual, aposta em uma *paisagem sonora* complexa, sensorial e que imprime um ritmo singular às imagens. Ainda, essas características assinalam uma tendência imersiva nos conteúdos de ficção para televisão, além de experiências cada vez mais sensoriais que podem construir atmosferas muito singulares em cada produção, como é o caso do hiper-realismo sonoro muito presente na série aqui em análise.

Essa tendência e o crescente caráter de experimentação dentro da televisão reafirmam a necessidade de aprofundar as análises voltadas para linguagem de TV, nesse momento em que além de sua singularidade enquanto meio ela vem agregando outras possibilidades espectatoriais. Ainda, essas transformações formais dentro dos conteúdos televisivos pontuam a importância do som dentro de sua análise, uma vez que o som é componente fundamental nessa aposta sensorial da televisão.

Mas, se uma série que foi produzida em 2006 já apresentava tantos hipertextos, referências e experimentações que apontavam para um caráter imersivo dentro de um formato para TV, é plausível pensar em outras experimentações que podem residir nas *paisagens sonoras* de séries mais contemporâneas, dentro e fora da *HBO Latin America*. Posto que as séries dramáticas têm se difundido crescentemente nas televisões à cabo. Contudo, *Filhos do Carnaval* apresenta um conteúdo catalisador dessas marcas estilísticas dentro da HBO, no Brasil, por ser uma das primeiras e de maior notoriedade na crítica especializada.

Por fim, se a televisão se encaminha para uma crescente experiência de imersão, especialmente nos canais fechados, o que começa a se refletir em nossa programação televisiva, o som potencializa essas estratégias imersivas e impulsiona um caráter experimental na televisão, mesmo em conteúdos narrativos. Outrossim, a imagem-ritmo amplificada pelo tom hiperrealista do som em séries como *Filhos do Carnaval*, baliza como esse processo de imersão pode se dar outros caminhos mais autônomos em relação ao discurso textual e mesmo em séries dramáticas em que a voz da fala ainda assume um papel direcional dentro da trama. Desse modo, identifica-se um caminho para experimentação autoral e formal, através de uma maior liberdade na plástica da TV, sim, mas que reside em muito em sua sonoridade.

## Considerações Finais

No decorrer desta pesquisa muitos caminhos foram percorridos, desde os estudos televisivos às teorias do audiovisual voltadas para uma análise de som e imagem que cumprissem com a fundamentação necessária ao intenso processo de estilização e estetização por que passou a dramaturgia seriada da televisão paga. A especificidade na escolha dos objetos de análise decorre do conceito norteador e primeiro a conduzir as principais discussões do trabalho, que é a televisualidade, de John Thornton Caldwell. E foi a partir deste diálogo com a imagem televisiva e com a excessiva estilização da marca do canal HBO, principalmente com relação à sua dramaturgia, que surgiu uma necessidade natural de reatualizar conceitualmente a televisão estilo, ou a televisão excesso, a partir do drama seriado de uma hora da TV paga contemporânea.

As séries da HBO vêm supostamente justificando os excessos das campanhas de marketing do canal - que o acompanham desde quando ainda era conhecido como canal de filmes e esportes - e da crítica imediata. As etiquetas são as mais variadas: TV de qualidade, conteúdo *non-TV*, dramaturgia autoral televisiva, inovação, exclusividade, entre tantas outras. O intento é quase sempre no sentido de associar seu diferencial enquanto canal produtor de conteúdo original à qualidade do texto, à liberdade autoral e à estética visual que diferencia seus conteúdos. Esses componentes apontam para a tendência do final dos anos 1990 e início dos anos 2000 de modernização da dramaturgia televisiva e de mundialização da estética das séries.

O formato que se popularizou juntamente com os canais de televisão paga em todo o mundo – um pouco mais tardiamente do que o processo que se deu nos anos 1980 nos Estados Unidos. Nesse sentido, é comercialmente mais interessante criar um “efeito HBO”, claramente estilístico e estético, identificável e visível em quando absorvido por quaisquer televisiografias, do que uma estética da TV paga estadunidense. Essa é uma estratégia que canais como FX e AMC também adotariam após o enorme eco midiático que gerou o sucesso de *Família Soprano*. Ainda, *o drama seriado contemporâneo* (Lima, 2015) ao mesmo tempo redefine o conceito de TV de qualidade e da própria televisualidade, ambos dos anos 1980, na medida em que transcende, respectivamente, as estratégias do “texto de qualidade” e a estética de sua imagem cinematográfica.

Felipe Muanis dialoga com o trabalho de Robert J. Thompson (1996) a respeito do conceito televisão de qualidade de modo que já introduz essas transformações observadas, ainda que não se refira especificamente à dramaturgia da TV paga.

Thompson também aponta algumas características próprias da televisão de qualidade e defende que os programas identificados sob essa alcunha acabam por reunir características semelhantes, constituindo-se em um gênero próprio, interno à televisão, ainda que um de seus aspectos seja justamente a mistura de gêneros. São programas que se diferenciam do convencional e do habitual; que se distinguem por seus técnicos e artistas, que avalizam a produção televisiva gabaritada em detrimento das outras mais comuns; que atraem um público seletivo e formador de opinião, com mais instrução e, por isso, considerado mais refinado. Tendem a lidar com o tempo e a memória, referindo-se a episódios anteriores, sendo uma televisão, em certo sentido, mais realista, baseada no texto, em conteúdos que tendem a ser controversos e a lidar com tabus – ou seja, menos conservadores. Mais ousado, muitas vezes esse gênero tem problemas com a expectativa de audiência e, conseqüentemente, com as políticas das emissoras quanto a horário, posicionamento na grade e continuidade. É uma TV autoconsciente e autorreferente, com alusões à alta cultura e à cultura popular, com elenco numeroso, que permite múltiplos plots e diversos pontos de vista de interpretação por parte dos espectadores, o que a torna aclamada pela crítica e pelo público mais seletivo. Tomando essas como as características do gênero televisão de qualidade, seu leitor implicado seria, então, o da modernidade. (MUANIS, 2015, p.89)

Há aqui uma inferência à televisualidade atravessada ao conceito de TV de qualidade, ainda que um não necessariamente defina o outro. Nesse sentido, a imagem cinematográfica, a autorreferencialidade da imagem e do texto da HBO ao canal, a escolha por narrativas com complexos arcos de temporada e a sensorialidade da experiência televisual proposta por som e imagem de ambas as séries analisadas, se justificam também por se tratarem de estéticas mundializadas (MUANIS, 2014) direcionadas para o seletivo público de um canal *premium* da televisão paga, mas destinado a um público amplo na medida em que busca um consumo internacional e globalizado.

No primeiro capítulo deste trabalho, foi possível percorrer a historiografia do canal HBO a fim de compreender sua relação com a estilização dos programas, a natureza da segmentação do conteúdo e de público, e a especificidade do drama seriado de uma hora da televisão a cabo contemporânea. A primeira evidência desse percurso é a fragilidade e a multiplicidade do termo “TV de qualidade”, afinal, como pensar estruturas hierárquicas e valorativas tão claras para um meio tão múltiplo, que atravessa tantas dinâmicas culturais? Contudo, fica visível que essa estratégia acompanha a

trajetória da televisão segmentada nos Estados Unidos e no Brasil, e também se confunde com convenções genéricas do drama televisivo. Em ambos os casos, a hipótese primeira é que não é possível se utilizar de taxonomias e categorizações do gênero televisivo como elemento isolado; ele necessariamente perpassa processos distintos em cada televisiografia e em cada modelo de produção, que se difere bastante mesmo dentro da TV paga. Nesse sentido, a historiografia da HBO é bastante ilustrativa e, ao mesmo tempo, se relaciona diretamente com os parâmetros teóricos escolhidos para o presente trabalho.

No segundo capítulo da dissertação a preocupação foi traçar os modelos teóricos que serviriam ao fim primeiro de situar essa estética, de modo que as problematizações demonstrassem como estética e linguagem justificam a multiplicidade de leituras, percepções de texto e audiência. Como resultado desse processo de análise e fundamentação teórica é possível apreender a necessidade de situar os modelos teóricos paleo e neotelevisão, a priori, nas distintas televisiografias, gêneros e formatos. A televisão é um meio híbrido e intertextual por natureza cujo texto perpassa toda uma dinâmica da cultura, ou seja, nenhum modelo é inquestionável ou puro, assim como seus limites não são, de modo algum, claros. Essa resolução quer dizer primeiramente que a abertura dos textos é necessária à polissemia de significados e de leituras possíveis, uma vez que a televisão precisa comunicar a públicos distintos. Além disso, ficou evidente que tais modelos servem a uma análise primeira, mas que, depois de estruturados, devem ser problematizados tendo como ponto de partida o formato, o veículo e o espectador. Consequentemente, há diferentes tipos de imagens em um mesmo período da televisão.

A proposta é que, mais do que períodos de tempo que desenhem um novo tipo de imagem na televisão, as estruturas da paleo e da neotelevisão sejam fluidas, com grande permeabilidade entre elas, o que permite que programas em princípio pertencentes a uma sejam encontrados em outra. Se a estrutura é fluida, não há por que falar em períodos rigidamente delimitados. Assim, é impossível negar a ocorrência de uma mudança da imagem na televisão hoje, é possível afirmar que a relação com a televisão se realiza de dois modos diferentes, conforme se privilegie o conteúdo e a comunicação ou a vibração de imagens e sons e o ritmo. (MUANIS, 2012, pg. 176)

Se as imagens que são experimentais e sensórias, ou cinemáticas, que compõem televisão-estilo se encontrariam na *neotelevisão* (MUANIS, 2012), pode-se dizer que, a respeito das séries da TV paga, a atenção conteudística e o engajamento afetivo e

fidelizado do espectador de contrato, indicam uma atenção paleotelevisiva. Não obstante, sua atenção sensorial revela uma predominância neotelevisiva, visto que a fruição de som e imagem não fazem quaisquer alusões à televisão intensidade-zero. Ainda, há um terceiro elemento importante para a análise crítica da atenção do espectador do drama de uma hora da televisão a cabo: a imersão através de suas atmosferas dramáticas e plásticas surge como importante elemento constitutivo da televisualidade dos programas.

Nesse ínterim, foi possível o entrelaçamento do objeto com os parâmetros teóricos que serviram ao aprofundamento dos elementos estéticos das séries *Família Soprano* e *Filhos do Carnaval*, a fim de demonstrar como efetivamente a televisualidade se reatualiza nos anos 2000 através da imersão sensorial e afetiva, e como esses elementos podem ser combinados de forma complexa às estratégias de estilização do conteúdo do canal.

Um dos principais motes dessa reinvenção da televisão-estilo reside em um maior protagonismo do som e da atmosfera sonora como elementos centrais para a estética do programa e para a sensação de imersão sensorial. Nesse sentido, o som passa técnica e esteticamente a definir a dinâmica da televisualidade dos dois programas, ditando ritmos, sensações, texturas e sonoridades tão importantes para a espectralidade quanto texto e imagem.

Por fim, a importância da TV paga no Brasil ainda pode ter sua acessibilidade questionada em números. Contudo, a sua segmentação de conteúdo e público, assim como uma maior flexibilidade em seu processo criativo e seu conteúdo e o recente aquecimento de sua produção nacional, pedem análises e leituras atentas de quem pesquisa e produz dramaturgia televisiva. Basta observar o crescente interesse das redes abertas de televisão pelos “novos formatos” de narrativa seriada, ainda que a ficção serializada brasileira mais popular e, também absorvida por mercados mundiais, seja a telenovela. Nesse sentido, o crescimento da TV por assinatura acompanha a mundialização da indústria televisiva brasileira ao passo que sinaliza novas formas de consumo, espectralidade e demandas por tipos de conteúdo, assim como o fazem as novas mídias e a internet.

*Filhos do Carnaval*, ainda que exemplar no que diz respeito à estética moderna e mundializada do formato, a série foi lançada no Brasil em um período anterior a

algumas mudanças substanciais que se deram na TV a cabo brasileira. Apenas cinco anos após sua estreia, em 2011, foi aprovado o novo marco regulatório da TV paga, a lei 12.483/2011. Essa lei representou um aumento significativo na produção de conteúdo nacional na televisão paga, com cerca de 20 milhões de assinantes e 22 canais brasileiros exibidores de conteúdo nacional, ultrapassando 21 horas semanais.

Em resumo, ainda que não tenha sido objetivo desta pesquisa aprofundar o modelo de negócio da TV paga no Brasil ou sua espectralidade a partir do drama seriado de uma hora, surgem desse processo inevitáveis sintomas quando analisados os componentes de linguagem das séries *Família Soprano* e, especialmente, *Filhos do Carnaval*. Se por um lado as séries dramáticas da TV paga dos anos 2000 trazem, em sua genealogia, texto, imagem e som estruturais de um retorno ao conteúdo como estratégia de fidelização, elas sintetizam como novo elemento de sua televisualidade o engajamento pela imersão sensorial e conteudística.

## Referências Bibliográficas

- AKASS, Kim; MCCABE, Janet. *It's not TV, It's Quality TV: Refining Television at HBO*. Sorbonne Nouvelle, CEISME-CIM. 2012
- AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. *Dicionário teórico e crítico de cinema*. Trad. Eloisa Araújo ribeiro. Campinas, SP: Papyrus, 2003.
- AUSTIN, Mark; AITCHISON, Jim. *Tem alguém aí? As comunicações no século XXI*. Nobel: São Paulo, 2007.
- BARTHES, Roland. *Image, Music, Text*. London: Fontana Press. 1977.
- BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio d'Água, 1991  
\_\_\_\_\_ *Da sedução*. Campinas, SP: Papyrus, 1992.
- CALDWELL, John Thornton. *Televisuality: style, crisis, and authority in American Television*. New Jersey, Rutgers, 1995.
- CASETTI, Francesco; ODIN, Roger. *Da Paleo à Neotelevisão: abordagem semiopragmática*. Tradução Henrique Ramos Reichelt. Ciberlegenda. 2012
- CHALABY, Jean. K. *Transnational Television in Europe: The Role of Pan-European Channels*. European Journal of Communication. V. 17, n. 2, 2002.
- CHATMAN, Seymour. *Story and Discourse: narrative structure in fiction and film*. Ithaca: Cornell University Press, 1978.
- CHION, Michel. *A Audiovisão*. Som e Imagem no cinema. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2008.
- DELEUZE, Gilles. *A imagem-tempo*. Rio de Janeiro: Brasiliense, 1990.
- ECO, Umberto. *Divagando pelo bosque*. In: *Seis Passeios pelos Bosques da Ficção* (trad. Hildegard Feist). São Paulo: Cia das Letras (1994): pp. 55,80.
- CREEBER, Glen. *The Television Genre Book*. BFI, 2001.
- ECO, Umberto. *Tevê: a transparência perdida*. In: *Viagem na Irrealidade Cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- FEUER, Jane. *HBO and the concept of quality TV*. In: MCCABE, Janet; AKASS, Kim (Orgs). *Quality TV: Contemporary American television and beyond*. Londres: I.B. Tauris, 2007.
- FIGUEIREDO, Vera Follain. *Trocas, apropriações e pilhagens: estética e cultura de massa*. Semear – revista da Cátedra Padre Antonio Vieira de Estudos Portugueses, Rio de Janeiro, 2004.
- FISKE, John. *Television Culture: Popular Plesures and politics*. Routledge, 1987

- HILLS, Matt. Mainstream Cult. In: ABBOT, Stacey (Ed.). *The Cult TV book: from Star Trek to Dexter, new approaches to TV outside the box*. New York: Soft Skull Press, 2010.
- GIL, Inês. *A Atmosfera no Cinema: o Caso de A Sombra do Caçador de Charles Laughton entre o Onirismo e o Realismo*. Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, Fundação par a Ciência e a Tecnologia, Ministério da Ciência e do Ensino Superior, 2005.
- GRAU, Oliver. *Arte virtual*. Chicago: University of Chicago, 1995.
- JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.
- LIMA, Souza Heverton. *A Lei da TV Paga: impactos no mercado audiovisual*. Dissertação de Mestrado. São Paulo: USP, 2015
- MACHADO, Arlindo. *A Arte do Vídeo*. 3. Ed. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- \_\_\_\_\_. *A Televisão Levada a Sério*. 4<sup>a</sup> ed. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2005.
- MEDEIROS, Sônia Maria Guedes. *Qualidade na Televisão*. Tese de doutorado. PUC-SP: Comunicação e Semiótica, 2008.
- MITCHELL, W. J. T. *Picture Theory*. Chicago: University of Chicago, 1995.
- MITTEL, Jason. *A Cultural Approach to Television Genre Theory*. Cinema Journal 40. No. 3, 2001.
- \_\_\_\_\_. *Genre and Television: from cops shows to cartoons in American culture*. New York/London: Routledge, 2004
- \_\_\_\_\_. Narrative complexity in contemporary american television. The velvet light trap, n. 58, Texas: University of Texas Press, p. 29-40, 2006
- MOREIRA, Lilian Fontes. *A TV por assinatura como modalidade de experimentação: a experiência do seriado Mandrake/ Lilian Fontes Moreira*. Tese de Doutorado. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.
- MUANIS, Felipe de Castro. *As Metaimagens na Televisão Contemporânea: Rede Globo, MTV e suas vinhetas*. Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte. 2010.
- \_\_\_\_\_. *A imersão televisiva e o retorno da imagem estereoscópica*. In: XXII ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2013.
- \_\_\_\_\_. *Metaimagens na televisão e vanguardas: as vinhetas da Rede Globo e MTV*. RUMORES. Edição 10, ano 5, julho-dezembro 2011.

- \_\_\_\_\_. *O tempo-morto na hipertelevisão*. In: BRASIL, André; MORETTIN, Eduardo; LISSOVSKY, Maurício. *Visualidades hoje*. Salvador: EDUFBA, 2013. p. 173-189.
- \_\_\_\_\_. *Audiovisual e Mundialização: Televisão e Cinema*. São Paulo: Alameda, 2014.
- \_\_\_\_\_. *A pior televisão é melhor que nenhuma televisão*. MATRIZES V. 9 - Nº 1 jan. /jun. 2015 São Paulo - Brasil p. 87-101
- MURRAY, Janet. *Hamlet no Holodeck: O futuro da narrativa no ciberespaço*. São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003.
- NEWCOMB, Horace M., e Hirsch, Paul M., *Television as a Cultural Form*. Implications for research, em *Quarterly Review of Film Studies* 8, 1983.
- \_\_\_\_\_. (2007). *“Isto não está al dente”*: Família Soprano e o novo significado da “televisão”. *Cadernos de Televisão*, 1: 67-82.
- ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- \_\_\_\_\_. et alli. *Telenovela - história e produção*. São Paulo: Brasiliense, 1989
- PALLOTTINI, Renata. *Dramaturgia de televisão*. São Paulo, Moderna, 1998.
- OTT, Brian L. Introduction: *The not TV Text*. In: *It's Not TV: Watching HBO in the Post-Television Era*. Routledge, 2008.
- 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.
- \_\_\_\_\_. *Origem do drama seriado contemporâneo*. MATRIZES V. 9 - Nº 1 jan. /jun. 2015 São Paulo - Brasil p. 127-143
- THOMPSON, Emily. *The Soundscape of Modernity: Architectural Acoustic and the Culture of Listening in America, 1900-1933*. Massachusetts: MIT Press, 2002.
- THOMPSON, Robert J. *Television's second Golden Age: from Hill Street Blues to ER*. Nova York: Continuum, 1996.
- WOLTON, Dominique. *Elogio do grande público*. São Paulo: Ática, 1996.
- WILLIAMS, Raymond. *Television: Technology and Cultural Form*. New. York: Schocken Books, 1975.
- XAVIER, Ismail. *O olhar e a cena*. São Paulo: Cosac & Naify, 2003