

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI

LUCAS TEIXEIRA SIMÕES MATHIAS

***LIVE-TWEETING EM FICÇÕES SERIADAS:
A sensação de ao vivo para os espectadores de *The Walking Dead****

**SÃO PAULO
2019**

LUCAS TEIXEIRA SIMÕES MATHIAS

***LIVE-TWEETING EM FICÇÕES SERIADAS:
A sensação de ao vivo para os espectadores de *The Walking Dead****

Dissertação de Mestrado apresentada à Banca Examinadora, como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, área de concentração em Comunicação Audiovisual da Universidade Anhembi Morumbi, sob a orientação do Prof. Dr. Renato Luiz Pucci Jr.

**SÃO PAULO
2019**

LUCAS TEIXEIRA SIMÕES MATHIAS

***LIVE-TWEETING EM FICÇÕES SERIADAS:
A sensação de ao vivo para os espectadores de *The Walking Dead****

Dissertação de Mestrado apresentada à Banca Examinadora, como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, área de concentração em Comunicação Audiovisual da Universidade Anhembi Morumbi, sob a orientação do Prof. Dr. Renato Luiz Pucci Junior.

Aprovado em ----/-----/-----

Prof. Dr. Renato Luiz Pucci Junior

Prof. Dr. Vander Casaqui

Prof. Dr. Jamer Guterres de Mello

RESUMO

O hábito de assistir séries televisivas e comentar, quase que, simultaneamente em redes sociais vem crescendo e ganhando destaque com espectadores brasileiros, principalmente ao assistir a séries ficcionais com narrativas complexas, diferentes *plots* por episódio e universos baseados em diferentes mídias, como livros e histórias em quadrinho. Estes espectadores buscam ter uma participação ativa na discussão sobre a série transmitida, utilizando de um ambiente possibilitado pela *Social TV* e o ato de *live-tweeting*. Mesmo com a disponibilidade do conteúdo televisivo a qualquer momento, com novas tecnologias como *VOD* e *streaming digital*, os espectadores buscam assistir suas séries preferidas durante sua primeira transmissão junto a grade televisiva, possibilitando assim um encontro de fãs de diferentes localizações em um único local, no *Twitter*. A dissertação analisa este *como se fosse ao vivo* e sua convergência entre a narrativa da obra audiovisual e as redes sociais, utilizando mensagens compartilhadas sobre a série *The Walking Dead* para comprovar a presença ou sensação do ao vivo, mesmo em séries audiovisuais que não são transmitidas em tempo real.

Palavras-chaves: Social TV, Twitter, Ficção seriada, The Walking Dead, Análise audiovisual

ABSTRACT

The habit of watching television series and make comments, almost simultaneously, in social media has been growing and gaining prominence with Brazilian television audiences, especially when watching fictional series with complex narratives, different plots per episode and universes based on different media, such as books and comic books. These viewers seek to have an active participation in the discussion about the tv series, using an environment made possible by Social TV and the act of live-tweeting. Even with the availability of television content at any time, with new technologies such as VOD and digital streaming, these viewers seek to watch their favorite shows during their first broadcast on the television grid, allowing a meeting of fans from different locations in a single location, the Twitter. The dissertation analyzes this as if it were live and its convergence between the narrative of the audiovisual work and the social media, using shared messages about the series *The Walking Dead* to prove the presence or sensation of the live, even in audiovisual series that are not transmitted in real time.

Keywords: Social TV, Twitter, Fictional series, The Walking Dead, audiovisual analysis

AGRADECIMENTOS

À minha mãe, Pollyana Ferrari Teixeira, que sempre me apoiou e foi (e continua sendo) minha fonte de inspiração neste universo acadêmico. Obrigado por todas as ideias, conversas e livros emprestados antes e durante essa dissertação.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Números de <i>tweets</i> , dia 23/10/2016. Com foco em <i>The Walking Dead</i>	44
--------------------------------------------------------------------------------------------------	----

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Exemplo de relatório para análise e coleta de mensagens do <i>Twitter</i>	23
Figura 2 - Exemplo de relatório para análise e coleta de mensagens do <i>Twitter</i>	24
Figura 3 - Tweet do usuário @Cleytu.....	41
Figura 4 - Tweet do usuário @Itspedrito.....	41
Figura 5 - Tweet do usuário @GuaxinimGamer.....	41
Figura 6 - Tweet do usuário @Humdaora.....	43
Figura 7 - Tweet do usuário @w4lkersofredor.....	47
Figura 8 - Tweet do usuário @tirinhasdokino.....	48
Figura 9 – Tweet da página oficial de <i>The Walking Dead</i> no Brasil @TWDBrasil.....	56
Figura 10 – Tweet do usuário @itspedrito.....	56
Figura 11 – Tweet do usuário @lucasinutilismo.....	57
Figura 12 – Respostas ao tweet do usuário @lucasinutilismo.....	58
Figura 13 - Exemplo de mensagem de abertura do <i>Twitter</i>	59
Figura 14 – Tweet do usuário @henryjenkins.....	60
Figura 15 - Organização <i>feed</i> do <i>Twitter</i> por top mensagens e #WorldCup.....	61
Figura 16 - Organização <i>feed</i> do <i>Twitter</i> por últimas mensagens e #WorldCup.....	62
Figura 17 – Tweet do usuário @dietpepsi.....	63
Figura 18 – Tweet do usuário @don_draper.....	66
Figura 19 - Página de discussão fórum <i>Reddit</i> -.....	69

Figura 20 – Tweet do usuário @robertkirkman.....	71
Figura 21 - Foto de Robert Kirkman para o AMA do fórum Reddit.....	71
Figura 22 - Vatos, 2010. Reprodução <i>The Walking Dead</i>	74
Figura 23 – Tweet do usuário @paulacreu.....	80
Figura 24 – Tweet do usuário @weslyd.....	80
Figura 25 – Tweet do usuário @luacarolinner.....	80
Figura 26 – <i>The first day of the rest of your life</i> , 2017. Reprodução <i>The Walking Dead</i>	86
Figura 27 – <i>The first day of the rest of your life</i> , 2017. Reprodução <i>The Walking Dead</i>	86
Figura 28 – <i>The first day of the rest of your life</i> , 2017. Reprodução <i>The Walking Dead</i>	87
Figura 29 – <i>The first day of the rest of your life</i> , 2017. Reprodução <i>The Walking Dead</i>	88
Figura 30 – Tweet do usuário @cohandot.....	89
Figura 31 – Tweet do usuário @twdcitei.....	89
Figura 32 – Tweet do usuário @leiavorgana.....	90
Figura 33 – Tweet do usuário @EvelinHernandes.....	90
Figura 34 - <i>Marcha Para a Guerra</i> HQ, 2013. Reprodução HQ <i>The Walking Dead</i>	91
Figura 35 - <i>The first day of the rest of your life</i> , 2017. Reprodução <i>The Walking Dead</i>	93
Figura 36 - <i>The first day of the rest of your life</i> , 2017. Reprodução <i>The Walking Dead</i>	93
Figura 37 - <i>The first day of the rest of your life</i> , 2017. Reprodução <i>The Walking Dead</i>	94
Figura 38 - <i>The first day of the rest of your life</i> , 2017. Reprodução <i>The Walking Dead</i>	95
Figura 39 – Tweet do usuário @rafaarnoldi.....	95
Figura 40 – Tweet do usuário @FelipeNor011.....	96
Figura 41 – Tweet do usuário @Luan_Albes.....	97
Figura 42 – Tweet do usuário @stopthedead.....	97
Figura 43 – Tweet do usuário @BiihManu.....	97
Figura 44 – Tweet do usuário @Viick_Baby.....	98

Figura 45 – Tweet do usuário @elyqueenx.....	98
Figura 46 – Tweet do usuário @desgrazinha.....	99
Figura 47 – Tweet do usuário @BiancaM52038372.....	99
Figura 48 – Tweet do usuário @munixmat.....	100
Figura 49 – Tweet do usuário @vitorvieira.....	102
Figura 50 – <i>Marcha Para a Guerra</i> HQ, 2013. Reprodução HQ <i>The Walking Dead</i>	103
Figura 51 – Tweet do usuário @ItsSeuCrush.....	104
Figura 52 – Tweet do usuário @iestrsde.....	105
Figura 53 – Tweet do usuário @rickgrimws.....	109
Figura 54 – Tweet do usuário @nygmalpha.....	110
Figura 55 – Tweet do usuário @Natiflix.....	110
Figura 56 – Tweet do usuário @atena.....	111
Figura 57 - Exemplos de interações dentro do AMC Story Sync sobre <i>The Walking Dead</i> – Reprodução <i>AMC Story Sync</i> e <i>Google Image</i>	114

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
1. FICÇÃO TELEVISIVA <i>COMO SE FOSSE AO VIVO</i>.....	26
1.1 As variações de Ao Vivo.....	29
1.2 A Criação de Sensações de Ao Vivo.....	33
1.2.1 Um Ambiente para Consumo Ao Vivo.....	35
1.2.2 O <i>Corpus</i> Audiovisual para a <i>Social TV</i>	36
1.2.3 A Coleta e Análise de Mensagens na <i>Social TV</i>	40
1.2.4 O Ao Vivo Presente em Ficções Seriadas.....	45
2. O FENÔMENO DO LIVE-TWEETING.....	50
2.1 Compreendendo as funcionalidades do <i>Twitter</i>	59
2.2 Análise de exemplos da <i>Social TV</i> . Do <i>Twitter</i> aos <i>Fóruns</i>	63
3. A TELEVISÃO <i>TWITTER</i> E À SÉRIE <i>THE WALKING DEAD</i>.....	73
3.1 Contexto na Narrativa de <i>The Walking Dead</i>	73
3.2 Uma Dupla Ação Realizada de Maneira Coletiva.....	76
3.3 A Complexidade Presente na Ação de <i>live-tweeting</i>	77
3.4 Coleta de Tweets do Episódio “The First Day Of The Rest Of Your Life”.....	82
3.5 “The First Day Of The Rest Of Your Life” e seu Público Ativo.....	84
CONCLUSÃO.....	108
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	116
ANEXOS.....	120

INTRODUÇÃO

As mensagens compartilhadas, pelos fãs de séries televisivas, no ambiente digital instigam outros espectadores a se atualizarem, ou melhor, se modelarem para um novo ritmo de consumo de séries televisivas; estas mensagens podem ser exemplificadas como postagens em redes sociais e fóruns online. A dissertação aprofunda suas análises em um modelo televisivo que estimula a *volta* da grade de programação no século XXI, por conta de uma interação acelerada entre os espectadores fãs durante as transmissões de suas séries favoritas.

Quando David Sarnoff, um executivo da NBC/RCA declarou, em 1939, o nascimento de uma nova arte, ele afirmou que este novo aparelho possuía tamanha importância que iria afetar toda a sociedade, chegando a trazer ‘todo o mundo’ para dentro dos lares. Atualmente, o conteúdo televisivo *saiu* da televisão e foi para os DVDs, a internet e os celulares, aumentando seu alcance e suas possibilidades por parte dos espectadores e da narrativa¹. Em seu discurso, Sarnoff ainda apresentaria a televisão como uma tocha de fogo que trazia esperança para o futuro do mundo. A televisão era uma força criativa.

É com um sentimento de humildade que eu chego a esse momento de anunciar o nascimento, neste país, de uma nova arte tão importante em suas implicações que ela vai afetar toda a sociedade. É uma arte que brilha como uma tocha de esperança em um mundo problemático. É uma força criativa que devemos aprender a utilizar para o benefício de toda humanidade. Este milagre da engenharia, a qual um dia levará o mundo para dentro das casas, e também traz uma nova indústria norte-americana para servir ao bem-estar material do homem ... [A televisão] se tornará um fator importante na vida econômica americana. (SARNOFF, 1939, *apud* CARSEY; WERNER, 1998²)³.

No lançamento, David Sarnoff realizou uma transmissão televisiva ao vivo do presidente norte-americano Franklin D. Roosevelt. A apresentação do meio televisivo foi realizada na *World's Fair* da cidade de Nova Iorque de 1939. A transmissão, em preto e branco, foi vista em telas com formato de tubo na região metropolitana da cidade de Nova Iorque, e estima-se que 1.000 pessoas viram o discurso do presidente Roosevelt. No dia seguinte à feira,

¹ Aqui entendemos novas possibilidades narrativas com relação a convergência dos conteúdos e transmídia. Pontos que serão explorados durante a dissertação.

² Discurso apresentado no artigo do portal Time. Disponível em:

<<http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,989773,00.html>> Acesso em: 12/02/2019

³ “It is with a feeling of humbleness that I come to this moment of announcing the birth in this country of a new art so important in its implications that it is bound to affect all society. It is an art which shines like a torch of hope in the troubled world. It is a creative force which we must learn to utilize for the benefit of all mankind. This miracle of engineering skill which one day will bring the world to the home also brings a new American industry to serve man's material welfare...[Television] will become an important factor in American economic life.” Tradução do autor

a produtora NBC iniciou sua transmissão televisiva ao vivo diariamente, e no final dos anos 30 já existiam alguns lares com aparelhos televisivos.

Poucos anos depois, mais exatamente após a II Grande Guerra, consolidava-se o hábito de assistir à televisão, primeiro nos Estados Unidos, depois na Europa e demais continentes. Desde então esse hábito passou por transformações por vezes radicais. Em 2019 já podemos dizer que a televisão chegou ao alcance de quase todos os lares, indo além da sala de estar e chegando a todos os celulares e telas disponíveis. O conteúdo televisivo transita entre plataformas, um programa pode ter sua exibição na grade de programação e seus espectadores assistirem pelos aparelhos televisivos, celular ou notebook. Permitindo que os espectadores assistam a seus programas preferidos a qualquer momento e na ordem que desejarem.

Em nossa pesquisa buscamos entender como a convergência dos conteúdos entre televisão e internet impactam nos modelos de consumo audiovisual atualmente. A *Social TV* é nosso principal ponto de partida: esse fenômeno comunicacional consiste no encontro entre o conteúdo televisivo e o modelo presencial do público em redes sociais, havendo uma interação entre os usuários de forma aberta e pública. Para ilustrarmos a presença da televisão na *Social TV*, utilizamos as séries ficcionais televisivas como campo de análise. Ao assistir a programas ficcionais com características complexas⁴, é criada uma sensação coletiva, por parte dos espectadores, de estar assistindo a um programa como se este fosse ao vivo, o que ocorre principalmente por conta da interação com outros usuários em tempo real nas redes sociais e um consumo televisivo estruturado na grade de programação.

Como Giglietto e Selva definem, em artigo publicado no *Journal of Communication*, “social TV pode ser classificado como as interações entre os espectadores, os personagens e os produtores do produto audiovisual (normalmente uma série televisiva), ato que é possibilitado pela prática de “segunda tela”⁵. E esta prática está se tornando um fenômeno generalizado.”⁶ (GIGLIETTO; SELVA, 2014, p.1).

Mesmo que o acesso à internet e o consumo audiovisual permeado na *Social TV* ainda exista em menor escala em comparação à televisão *broadcast* ou tradicional, por conta da

⁴ Narrativas complexas: campo de estudo do autor Jason Mittell (2015). Alguns exemplos de características narrativas complexas: programas televisivos que não apresentam *plots* com início, meio e fim durante cada episódio, narrativas que necessitam da atenção dos seus espectadores para compreensão da trama e técnicas narrativas que instigam o aprofundamento do conhecimento dos fãs sobre o universo apresentado. No decorrer da dissertação mais explicações serão fornecidas sobre esse conceito.

⁵ Segunda tela: um termo que se refere a um dispositivo eletrônico, além da tela primária de mídia, que permite ao espectador / usuário interagir com o conteúdo que está assistindo, como filmes, séries ou games.

⁶ “social TV to the interactions among other viewers and between viewers, the characters, and the producers of the show enabled by the “second-screen” practice. This practice is becoming a widespread phenomenon”
Tradução do autor

dificuldade de acesso à internet em muitos países, inclusive no Brasil, é importante olharmos essa tendência e como as audiências e espectadores estão se comportando, para estudos futuros sobre *Social TV* e narrativas seriadas.

A televisão é um formidável instrumento de comunicação entre os indivíduos. O mais importante não é o que se vê, mas o fato de se falar sobre isso. A televisão é um objeto de conversação. Falamos entre nós e depois fora de casa. Nisso é que ela é um laço social indispensável numa sociedade onde os indivíduos ficam frequentemente isolados e, às vezes, solitários (WOLTON, 1996, p.16).

Esta característica comunicacional ou geradora de comunicação presente na televisão é um ato anterior à *Social TV* e redes sociais. Antes da internet e do crescimento do número de telas, principalmente nos anos 80, tínhamos um encontro de familiares e amigos em volta de um único aparelho televisivo, era um momento de interação e troca de “mensagens” em tempo real, as reações eram compartilhadas, um acontecimento engraçado poderia levar todos os espectadores a rirem juntos e uma cena triste a sofrerem juntos também.

O fenômeno da *watercooler television*⁷ levou os espectadores a buscarem estar a par de todos acontecimentos no *reality show*, novela ou série que seus colegas de trabalho estavam acompanhando, com o objetivo de participar das discussões em torno do bebedouro ou máquina do café. A conversa sobre o produto televisivo não ocorria em tempo real, como na sala de casa, mas aqui já começamos a enxergar na *watercooler* uma vida útil do conteúdo televisivo: por exemplo, uma resolução de trama no capítulo da novela que ocorreu na segunda-feira, não será mais o assunto principal na quarta-feira, porque essa discussão já ocorreu na terça-feira. Um acontecimento de dois episódios atrás de uma série televisiva ou de dois capítulos atrás de uma telenovela não teria a mesma importância em volta da máquina de café como o último episódio ou capítulo transmitido.

ao ser transposto para as redes sociais o watercooler ganha novas possibilidades. A conversação em rede faz com que as impressões dos telespectadores se tornem mais coletivas, públicas e dinâmicas. Entretanto, não só a conversação em torno do conteúdo televisivo que é redescoberta e ampliada na social TV, a experiência compartilhada também ganha contornos inéditos no fenômeno. (SIGILIANO, 2018, p. 23).

⁷ *Watercooler television* - Expressão para conversas que ocorrem próximas ao bebedouro de empresas sobre os programas televisivos assistidos no dia anterior. Caso alguém não tivesse assistido o programa, não estaria sabendo sobre o assunto, ou mesmo, receberia informações importantes sobre o que ocorreu e principais plots.

Ainda ocorrem estes encontros entre familiares, amigos e, hoje, até entre desconhecidos, utilizando das redes sociais, para conversar sobre programas televisivos. O que antes era limitado pelo encontro físico nas salas de estar, casa de vizinhos e bebedouros no trabalho, hoje ocorre em questão de segundos e globalmente, tudo isso pela *Social TV* e redes sociais.

Entendemos que as novas tecnologias e a internet acabaram por acelerar o consumo televisivo, facilitando a procura de séries internacionais e nacionais por parte dos espectadores. Em 2017 tivemos mais produções audiovisuais do que no ano de 1990, quando tivemos 1.311⁸ séries segundo dados do *IMDb*, um site de *reviews* de filmes e séries, e em 2017 essa lista vai para 8.080 séries⁹.

Nossa pesquisa engloba não somente o meio televisivo, mas também como se dá sua relação com os meios digitais, principalmente a *Social TV*. Compreendemos que atualmente existe uma geração de nativos digitais¹⁰ que, aparentemente, realizam diversas atividades ao mesmo tempo, são pessoas consideradas multitarefas. Esta ideia vem ganhando força principalmente nos últimos cinco anos com o crescimento das redes sociais e aumento de dados e informações na internet, porém existem indícios que mostram que a geração multitarefa não é tão diferente das anteriores:

Atualmente é bem compreendido pelos neurocientistas que nossas habilidades de controle cognitivo estão longe do ideal. Cada um dos componentes - atenção, memória e gerenciamento de metas ou objetivos - tem limitações funcionais profundamente incorporadas que resultam em desempenho abaixo do ideal à medida que tentamos atingir nossos objetivos. Isso é especialmente verdadeiro quando nossas metas nos levam a nos engajar em comportamentos indutores de interferência - multitarefa em ambientes de distração – algo que agora é comum em nosso mundo de alta tecnologia¹¹ (GAZZALEY; ROSEN, 2016, p.63).

Segundo os autores, com muitas informações disponíveis e diversos objetivos simultâneos que buscamos alcançar, acabamos não sendo realmente multitarefa por limitações dos nossos cérebros. Esta falta de controle da simultaneidade pode ser vista na *Social TV*: os espectadores buscam assistir à série, compreender o que está ocorrendo na narrativa, realizar

⁸ Dados *IMDb* 1990. Disponível em:

<https://www.imdb.com/search/title?sort=moviemeter&title_type=tv_series&year=1990> Acesso em: 04/03/2019

⁹ Dados *IMDb* 2017. Disponível em:

<https://www.imdb.com/search/title?year=2017,2017&title_type=tv_series&sort=moviemeter,asc> Acesso em: 04/03/2019

¹⁰ Termo adotado pelo pesquisador Marc Prensky (2011), segundo o qual os nativos digitais são pessoas que nasceram e se desenvolveram com tecnologias digitais em suas vidas, principalmente jovens do século 21.

¹¹ “It is now well understood by neuroscientists that our cognitive control abilities are far from ideal. Each of the components—attention, working memory, and goal management—have deeply embedded functional limitations that result in suboptimal performance as we attempt to accomplish our goals. This is especially true when our goals lead us to engage in interference-inducing behaviors—multitasking in distracting settings—which is now commonplace in our high-tech world.” Tradução do autor

postagens no *Twitter*¹² sobre o que está ocorrendo na série, quase que de maneira sincrônica, e ainda ‘ler todas’ as mensagens presentes no *feed* da rede social, realizadas pelos outros espectadores fãs. Estas diversas atividades podem ser vistas como comportamentos que induzem interferências. Utilizamos aqui a ideia dos autores Gazzaley e Rosen, e vamos abordá-las no terceiro capítulo da dissertação, no qual analisamos a quantidade de mensagens e a complexidade de acompanhar a série *The Walking Dead* (FOX Brasil, 2010 – Presente) no *Twitter*, durante sua transmissão seguindo a grade televisiva.

Outro estudo recente realizado no Reino Unido descobriu que, quando 200 pessoas eram solicitadas a monitorar suas atividades de mídia durante um período de uma hora, elas relataram que alternavam entre telefones celulares, tablets e laptops vinte e uma vezes, e 95% delas fizeram isso com a televisão ligada durante toda a hora.¹³ (GAZZALEY; ROSEN, 2016, p.119)

Um fenômeno que vamos aprofundar no capítulo 2, o ato de *live-tweeting*, é uma expressão no idioma inglês que unifica as palavras *live*, que traduzida para português é ao vivo, e *tweeting*, que é a ação de enviar uma mensagem na rede social *Twitter*, Segundo Schirra, Sunhuan e Bentley (2014), esse fenômeno pode ser classificado como “a anotação e discussão de programas televisivos em tempo real no Twitter – pode fornecer um fórum on-line instantâneo para se conectar com outras pessoas assistindo ao mesmo programa, fazendo o ato de assistir à televisão uma experiência ainda mais social.”¹⁴

A *Social TV* e o ato de *live-tweeting* apresentam características similares, ambos são amparados no ato de utilizar as redes sociais junto ao ato de assistir à televisão, de maneira social e interativa. A *Social TV* pode ser visualizada em diferentes plataformas, como apresentaremos no capítulo 2 (*Reddit* e *AMC Story Sync*), e não possui, necessariamente, a urgência de ser realizada de maneira sincrônica ao programa televisivo. Já o *live-tweeting* ocorre exclusivamente no *Twitter*, e sendo presente junto a grade de programação, ou como Schirra *et al* (2014) colocam, uma discussão em tempo real.

Utilizando do *Twitter* e das conversas compartilhadas por espectadores, os quais assistem televisão e acessam a rede social quase que simultaneamente, conseguimos coletar

¹² *Twitter*: Uma rede social ou um *feed* de mensagens, onde qualquer usuário cadastrado por comentar sobre diversos assuntos. São mensagens rápidas e em grande quantidade, no caso dos entusiastas de *The Walking Dead*.

¹³ “Another recent study set in the UK found that when 200 people were asked to track their media activities during a one-hour evening period, they reported switching between mobile phones, tablets, and laptops twenty-one times, and 95 percent of them did this with the television on for the entire hour.” Tradução do autor

¹⁴ “the real-time annotation and discussion of television shows on Twitter—can provide an instant, online forum for connecting with others watching the same show, making TV viewing an even more social experience.” Tradução do autor

dados e realizar análises presentes nos demais capítulos. Elas revelam a dimensão de espectadores que realizam as duas ações quase que ao mesmo tempo, qual o impacto dessa duplicidade no foco e compreensão da narrativa, e qual o caráter das mensagens compartilhadas.

A popularidade dos serviços de microblogging, como o Twitter, mudou grande parte da discussão sobre a TV social com foco em aplicativos de segunda tela, os quais permitem que grandes grupos de espectadores façam comentários de forma coletiva, sobre um programa de televisão durante a sua transmissão. O Twitter permite conversas mais abrangentes entre os espectadores interessados, indo além dos grupos de amigos (SCHIRRA; SUNHUAN; BENTLEY, 2014)¹⁵

Entendemos a importância de análises do fenômeno do *live-tweeting* no campo de pesquisas audiovisuais televisivas, por existir cada vez mais espectadores que realizam a dupla ação de assistir e comentar quase que ao mesmo tempo, e existem fórmulas de narrativas que facilitam a proliferação de mensagens, como veremos no primeiro capítulo.

Como *corpus* da dissertação, escolhemos trabalhar com a série ficcional *The Walking Dead*, os principais fatores para a escolha deste objeto são:

- Uma narrativa em sua nona temporada, até 2018, garantindo arcos narrativos e uma maior relação entre espectador e personagens, como veremos em algumas mensagens no *Twitter* no capítulo um e três da dissertação;
- Seus espectadores estão, em sua maioria, conectados ao *Twitter* no momento da transmissão televisiva, com intuito de comentar quase que de maneira simultânea sobre os acontecimentos na série;
- *The Walking Dead* possui um *fandom* ativo, que interage em diferentes canais com objetivo de discutir e aprofundar seus conhecimentos sobre a série, exploraremos mais esse *fandom* interativo no segundo capítulo;
- O *corpus* da dissertação, também foi escolhido, por possuir características de uma complexidade narrativa (Mittell, 2015), como será visto nos capítulos seguintes da dissertação;
- A série já está estabelecida como um modelo de negócio para sua produtora (AMC), com episódios e temporadas futuras previstas;

¹⁵ “The popularity of microblogging services such as Twitter has shifted much of the discussion about social TV toward second-screen applications that allow large groups of viewers to collectively annotate a television show as it airs. Twitter allows for more open conversations among interested viewers beyond friend groups” Tradução do autor

- A sétima temporada de *The Walking Dead* foi transmitida durante a realização deste mestrado, possibilitando a coleta de mensagens postadas no *Twitter*, como explicaremos na página 20;
- A transmissão de *The Walking Dead* ocorre de maneira simultânea no Brasil e Estados Unidos, portanto o que é transmitido é inédito de maneira global.

A série *The Walking Dead* conta a história de um xerife norte-americano, que após acordar de um coma percebe, durante o primeiro episódio, ao se encontrar com outros dois sobreviventes, que o mundo passou por uma espécie de apocalipse por conta de um vírus que transforma as pessoas em mortos-vivos, ou *zumbis*. O personagem principal, Rick Grimes (interpretado pelo ator Andrew Lincoln) sai do hospital tentando entender o que aconteceu com o mundo e buscando sua família; ao longo do caminho Rick encontra outros sobreviventes. A série mostra como se dá a relação entre personagens neste mundo sem leis e regras.

The Walking Dead possui um grupo de fãs que buscam debater e aprofundar seus conhecimentos sobre a história contada utilizando a rede social *Twitter*, por isso a trama narrativa, a qual transita entre drama e suspense nas primeiras temporadas, até com cenas do gênero de ação em temporadas mais atuais (2016 – 2018), é de tamanha importância para nossas análises, a trama é um dos principais fatores para o ato de compartilhar nas redes sociais, como veremos no primeiro capítulo.

No *live-tweeting*, além deste compartilhamento de descobertas antes da transmissão que segue a grade televisiva, os fãs postam mensagens sobre cada acontecimento no seriado, como veremos no primeiro capítulo. Durante a dissertação queremos entender o quanto esse ato de *live-tweeting* pode vir a influenciar no modo que os espectadores recebem a narrativa da série. Os espectadores têm o intuito de se organizarem em um único horário e evitarem o recebimento de *spoilers*, ou seja, informações que revelam elementos importantes na narrativa, antes do espectador ter assistido o mesmo. Eis um exemplo, caso um fã compartilhe a resolução de uma reviravolta importante presente na narrativa, outras pessoas que acompanham ou assistem o programa e ainda não tenham visto o episódio ou cena com a reviravolta, podem vir a ter uma mudança na experiência de assistir o conteúdo, retirando o suspense proposto pela série.

Enxergamos a transmissão ao vivo como uma das características mais importantes para o meio televisão, característica que em nossas ideias permeia o modelo de consumo da *Social TV*, tal como o pesquisador Arlindo Machado coloca em seu livro *A Televisão Levada a Sério*: “as características básicas do programa ao vivo parecem contaminar o restante da programação televisiva e imprimir as suas marcas de atualidade até mesmo nos produtos pré-gravados”

(MACHADO, 2000, p.126). Este ao vivo, estudado por Machado, será nosso foco no primeiro capítulo da dissertação, e como sua presença é impactada pela *Social TV* e rede social *Twitter*.

Na transmissão de produtos televisivos ficcionais que seguem a grade da programação, existe a possibilidade de encontrarmos características de *como se fosse ao vivo*. Isso não quer dizer que concordamos completamente com a afirmação de Machado, pois não analisamos todos os gêneros e produtos televisivos em nossa dissertação, mas que em certos casos a contaminação ao vivo chega sim a pré-gravados.

A série televisiva está disponível a qualquer momento para os espectadores, por meio do *streaming digital* e *VOD*, e apesar dessa disponibilidade, uma façanha tecnológica impressionante, muitos espectadores preferem assistir o mesmo produto ao mesmo tempo, seguindo a grade televisiva. Isso ocorre, pois hoje não é necessário o espectador estar fisicamente em uma sala com outros espectadores para conversar em tempo real sobre a série, basta ele acessar uma rede social.

Como Caldwell afirma, ‘Cada vez mais, a televisão passou a ser associada mais a algo que você pode segurar, empurrar para dentro de um aparelho e se movimentar fisicamente com um controlador’. Em suma, a televisão tornou-se cada vez mais interativa. Da mesma forma, é no movimento interativo que encontraremos uma das características verdadeiramente revolucionárias do mundo digital.¹⁶ (BUTLER, 2010, p.151).

O ato de *live-tweeting* e assistir à série *The Walking Dead*, nosso *corpus* de análise na dissertação, são tarefas que combinadas, de maneira sincrônica, podem ser difíceis pelo grau de atenção necessário para acompanhar a trama e também pela quantidade de informação disponível ao espectador, em qualquer uma das duas telas acompanhadas.

São diversos momentos no qual a complexidade se apresenta em *The Walking Dead*: desde combinações de *plots*, até na quantidade de personagens principais e secundários, sendo necessário ao espectador lembrar-se das temporadas anteriores para conseguir acompanhar a narrativa. No primeiro capítulo da dissertação explicaremos com as ideias do autor Jason Mittell e seu livro *Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling*, como *The Walking Dead* apresenta algumas características que permitem classificarmos esta série televisiva como complexa.

¹⁶ “As Caldwell contends, ‘Increasingly, television has come to be associated more with something you can hold, push into an appliance, and physically move around with a controller.’ In short, television has become increasingly interactive. Similarly, it is in interactive movement that we will find one of the truly revolutionary characteristics of the digital realm.” Tradução do autor

Embora existam, certamente, outros modelos disponíveis para os roteiristas televisivos, a televisão complexa opera dentro de várias opções, como localização de eventos, tempo, personagens e *storyworlds* dentro do espectro entre episódios e a serialidade contínua.¹⁷ (MITTELL, 2015, p. 30).

Séries como *The Walking Dead* e *Game Of Thrones* (HBO, 2011 – presente) transcorrem em diferentes localidades, que são importantes para a narrativa: Em *TWD*¹⁸, os sobreviventes do apocalipse se refugiam em diversas cidades ou regiões rurais. Em *GoT*¹⁹, há diferentes cidades e, mesmo, continentes. O tempo é um fator importante em *GoT*, pois uma frase muito comum é “O inverno está chegando”, e quando ele chega os *caminhantes brancos* chegam próximos a muralha, o tempo é um fator para os personagens e espectadores saberem que algo irá acontecer quando o inverno chegar. Em *The Walking Dead* o tempo marca a evolução das personagens, como o crescimento de Carl, filho do protagonista, o qual era uma criança medrosa (primeira temporada – 2010) e com o passar dos anos e temporadas foi virando um jovem corajoso e com diferentes experiências de vida (a partir da quinta temporada – 2014). Existem diferentes características que *TWD* apresenta que refletem a ideia de complexidade narrativa, estudada por Mittell (2015).

Na *Social TV*, temos uma certa complexidade, por conta de como os espectadores acompanham a história da série, sempre existe uma possibilidade de que o compartilhamento de mensagens na *Social TV* possa vir a modificar a relação entre espectador e a série ficcional, por conta dos *spoilers*. Os finais de temporada e o clímax dos episódios normalmente apresentam grande quantidade de conteúdos passivos de serem transformados em *spoilers*. Quanto mais tempo se passa após transmissão ou disponibilidade do conteúdo audiovisual, mais *spoilers* podem ser compartilhados e divulgados no *Twitter*.

A série *The Walking Dead* não pode ser, completamente, classificada como transmídia, pois tem origem e adaptação de uma série em quadrinhos, lançada em 2003, a qual não complementa a compreensão da narrativa e acontecimentos na obra audiovisual. Entretanto é importante a existência não somente da HQ, mas dos games, livros e *spin-offs* televisivos sobre *The Walking Dead* para nossa análise de mensagens no *Twitter* durante o terceiro capítulo da dissertação, pois estes canais em que o *storyworld* da obra transita auxiliam na proliferação de *spoilers* na *Social TV*.

¹⁷“While there are certainly other models available to television storytellers, most complex television operates within these various options of locating events, time, characters, and storyworlds within the spectrum between contained episodes and ongoing seriality.” Tradução do autor

¹⁸ *TWD* – é a sigla para *The Walking Dead*

¹⁹ *GoT* – é a sigla para *Game of Thrones*

Na era do sujeito multitarefa - aquele que consegue interagir com várias telas ao mesmo tempo - a televisão reinventa uma de suas características mais genuínas: a experiência coletiva. O *watercooler* que sempre fez parte do formato televisivo é transportado para as redes sociais e altera as métricas de audiência, a relação do público com o conteúdo, e principalmente, o *appointment television* (SIGILIANO; BORGES, 2013, p.111).

Esta possibilidade de, suposta, multitarefa se dá mais presente na rede social *Twitter*, pois como a pesquisadora Pieniz coloca em sua análise para a Revista *MATRIZES*, existe uma *recepção compartilhada* no ato de assistir à televisão e comentar sobre o mesmo na web (2015, p.214), é o mesmo ponto do *watercooler* digital que Sigiliano e Borges colocam. Complementando, Pieniz escreve que “No *Twitter*, por exemplo, esse processo se mostra, dentre outras formas, simultâneo ao ato do receptor consumir conteúdos de algum meio de comunicação tradicional” (PIENIZ, 2015, p.214).

A tarefa mais frequentemente relatada, que é combinada com outras tarefas, acaba por ser uma forma de mídia que é usada por muitas pessoas de todas as gerações: a televisão. Investigando esse problema da “segunda tela”, um estudo do Council for Research Excellence (CRE) descobriu que entre 3.000 adolescentes e adultos americanos que assistiam à televisão em uma variedade de dispositivos (a nova norma), em 55% do tempo estavam assistindo em um aparelho de televisão eles estavam usando uma segunda tela ²⁰(GAZZALEY; ROSEN, 2016, p.117-118).

A possibilidade de *recepção compartilhada* será nosso campo de análise durante toda a dissertação. Coletamos dados presentes na rede social *Twitter* sobre *The Walking Dead* e analisamos como se dá a relação do espectador com a obra audiovisual.

O consumo audiovisual continua se desenvolvendo, cada vez mais carregando costumes da transmissão direta que está intrínseca no modo que assistimos televisão, e também, permitindo a possibilidade de interação, seja entre público e produtor ou público e a série, ponto explorado no capítulo 2.

Em suma, a hipótese em nossa dissertação é que a convergência do conteúdo de séries televisiva, seja em forma de mensagens postadas pelos espectadores em redes sociais ou conversas pessoalmente entre colegas no dia seguinte a transmissão do episódio, criam ou

²⁰ “The most often reported task that gets combined with other tasks turns out to be the one media form that is used by more people of every generation: the television. Dubbing this the “second screen” problem, a study by the Council for Research Excellence (CRE) discovered that among 3,000 American teens and adults who watched television on a variety of devices (the new norm), 55 percent of the time they were watching on a television set they were using a second screen” Tradução do autor

permitem os espectadores televisivos enxergarem características da televisão ao vivo em séries gravadas previamente a transmissão, como acontece em *The Walking Dead*.

A relação entre mensagens e a série ficcional será um dos campos de estudo na dissertação, o objetivo é entender o que as mensagens compartilhadas no *Twitter* e a simulação de ao vivo quanto a *TWD* acarretam para os espectadores e modelo de consumo audiovisual de séries atualmente.

A dissertação será dividida em cinco capítulos, considerando a introdução e conclusão. No primeiro capítulo apresentamos um panorama do que é considerado como televisão ao vivo, trazendo exemplos de programas esportivos, jornalísticos, *reality shows* e ficções seriadas. Entendemos quais características da televisão ao vivo permeiam por estes tipos de programas, utilizando principalmente de autores como Bourdon (2000) e Machado (2000) e suas obras *Live television is still alive* e *A televisão levada a sério*, respectivamente.

Após esta classificação inicial, apresentamos, ainda no primeiro capítulo, o porquê de séries ficcionais televisivas, como *The Walking Dead* que não são transmitidos em tempo real, possuírem características da televisão ao vivo, e como estas estão criando uma sensação junto aos espectadores de serem transmitidas *como se fosse ao vivo*, um fenômeno que ocorre principalmente em episódios em que acontece a resolução de tramas e reviravoltas na narrativa. O objetivo do primeiro capítulo é analisar este *como se fosse ao vivo*, que permeia a televisão ficcional atualmente, e a presença do *live-tweeting*.

O *Twitter* e a *Social TV* trazem a possibilidade dos espectadores se encontrarem em um único local e plataforma, mesmo que estejam distantes fisicamente. Veremos esse tipo de ação, por parte dos espectadores, no primeiro capítulo, e como esta interação entre o público cria uma sensação de transmissão ao vivo, quando diversos espectadores se conglomeram em um único espaço digital para comentar sobre uma série televisiva. Com isso, dá-se abertura para no segundo capítulo adentrarmos no campo das redes sociais e aprofundarmos nossas análises na *Social TV*.

Veremos como as redes sociais são ambientes facilitadores para discussões acerca de produtos televisivos, possibilitando uma nova frente ou ponto de contato entre espectador e obra audiovisual. Neste capítulo utilizamos das ideias de Jenkins (2009), Mittell (2015) e Sigiliano (2017) como principais referências para análise e embasamento.

O objetivo do segundo capítulo é apresentarmos o que transparece do fenômeno *live-tweeting* e mapear diferentes usos por produtos audiovisuais televisivos na *Social TV*, isso possibilitaria conectar as definições vistas no primeiro capítulo e entender como o *Twitter* é a principal plataforma para isso. No segundo capítulo buscamos casos práticos que englobam as

mais diversas redes sociais e fóruns, nos quais séries televisivas como *Mad Men*, *X-Files*, *The Walking Dead* foram discutidas entre os fãs.

Durante a dissertação discorremos sobre diferentes seriados televisivos e acontecimentos envolvendo a televisão, entretanto nosso *corpus*, como apresentado no início da introdução da dissertação, é a série *The Walking Dead*, por se tratar de uma ficção seriada, um certo grau de complexidade narrativa (MITTELL, 2015) e um *fandom*²¹ ativo na rede social *Twitter*.

A escolha do objeto e quais são seus principais personagens e acontecimentos na atual temporada são pontos descritos no início do capítulo 3. Levantamos um questionamento: será que a realização de duas atividades quase que simultâneas, assistir à televisão e comentar nas redes sociais, tarefas tão comuns na era de convergência atual, podem levar o espectador a conclusões errôneas ou precipitadas com relação à narrativa? No decorrer do terceiro capítulo realizamos duas análises de correlação entre dados coletados no *Twitter* e acontecimentos na série *The Walking Dead*, para responder à pergunta proposta. Utilizamos de autores como Gazzaley; Rosen (2016) para análise cognitiva da dupla ação, Umberto Eco (1989) com foco em estudar a percepção do público em narrativas seriadas e Thompson (2003) para definição de conceitos e análises televisivas.

Na Conclusão procuramos retomar todos estes acontecimentos que permeiam a televisão, explorando como o *live-tweeting* impacta no modelo de consumo considerado ou sentido como ao vivo, retomando a influência de *spoilers* e a grade televisiva nesse consumo audiovisual.

Para definição dos conteúdos presentes em cada capítulo e definição da hipótese, apresentamos como primeira etapa do procedimento de metodologia da dissertação uma pesquisa bibliográfica para compreender o atual cenário das discussões sobre a televisão, convergência de conteúdos e ao vivo. Utilizando da leitura de revistas nacionais e internacionais, encontramos novos pesquisadores e autores como: Campanella, B.; Almeida, M (2017) e Deller, R. (2011) que aparecem em diferentes etapas da dissertação. E partindo da prática de verificar as bibliografias e referências de livros conceituados na área de estudos midiáticos, descobrimos leituras obrigatórias e importantes para nossa pesquisa.

Em paralelo resgatamos os episódios e temporadas da série *The Walking Dead* que foram assistidos, não mais como fã espectador, mas sim com uma visão de pesquisador fazendo uma análise de acordo com a hipótese da pesquisa.

²¹ *Fandom* – grupo de fãs

A próxima etapa foi a realização de uma coleta e organização de dados, para compreender melhor e quantificar quem são os usuários que comentam acerca de assuntos televisivos ao vivo nas redes sociais, tendo como foco os internautas conectados ao *Twitter*: "prover uma base de análises e criar uma compreensão teórica de como a mídia, pode interagir com outros processos culturais e sociais"²² (HJARVARD, 2013, p.4).

Utilizamos uma ferramenta para compreensão da interação entre mídias, buscando auxílio na análise de grandes quantidades de dados, o *Twitonomy*²³, uma plataforma paga que permite coletar e organizar mensagens do *Twitter* por meio de assuntos, em nosso caso *The Walking Dead*, que foram compartilhados no momento exato de transmissão do conteúdo: trazendo mensagens a cada minuto, uma visualizações agrupada por hora, as mensagens mais compartilhadas, e principais tópicos acerca do assunto. As tabelas completas estão presentes nos Anexos, onde se encontram todos os *tweets* investigados

A análise destas mensagens parte do agrupamento, realizado pela ferramenta *Twitonomy*, e leitura de maneira qualitativa dos seus conteúdos, trazendo *tweets* postados que refletem a visão dos demais fãs. A análise quantitativa das mensagens coletadas permitiu entendermos qual a dimensão deste ambiente criado pelo *live-tweeting*, chegando em momentos a mais de 10 mil mensagens por minuto, somente considerando os espectadores de *The Walking Dead* no Brasil. Por se tratar de um estudo de caso, não colocaremos todos os *tweets* na dissertação, somente os que melhor representem a ideia geral dos espectadores e estejam de acordo com nosso objetivo.

Trabalharemos principalmente com a sétima temporada de *The Walking Dead*, pois esta foi transmitida na televisão brasileira e globalmente durante o período do mestrado (2017 e 2018). Esclareça-se que a coleta de mensagens no *Twitter* precisa ocorrer em tempo real, não existem maneiras fáceis de encontrar dados históricos de anos anteriores, por conta da grande quantidade de mensagens apresentadas no *feed* da rede social, os dados tabulados e exportações dos *tweets* ocorrem somente em datas próximas a postagem, por exemplo, se um episódio de *The Walking Dead* foi transmitido um mês atrás, é quase que impossível coletarmos todos os *tweets* que citaram a série, pois o *Twitter* não trabalha com dados *históricos*.

A análise de *tweets* em conjunto com imagens estáticas/frames da série está presente principalmente no capítulo 3, onde entendemos o que está ocorrendo na narrativa da série e

²² "provide a framework for analyzing and building a theoretical understanding of how the media may interact with other social and cultural processes" Tradução do autor

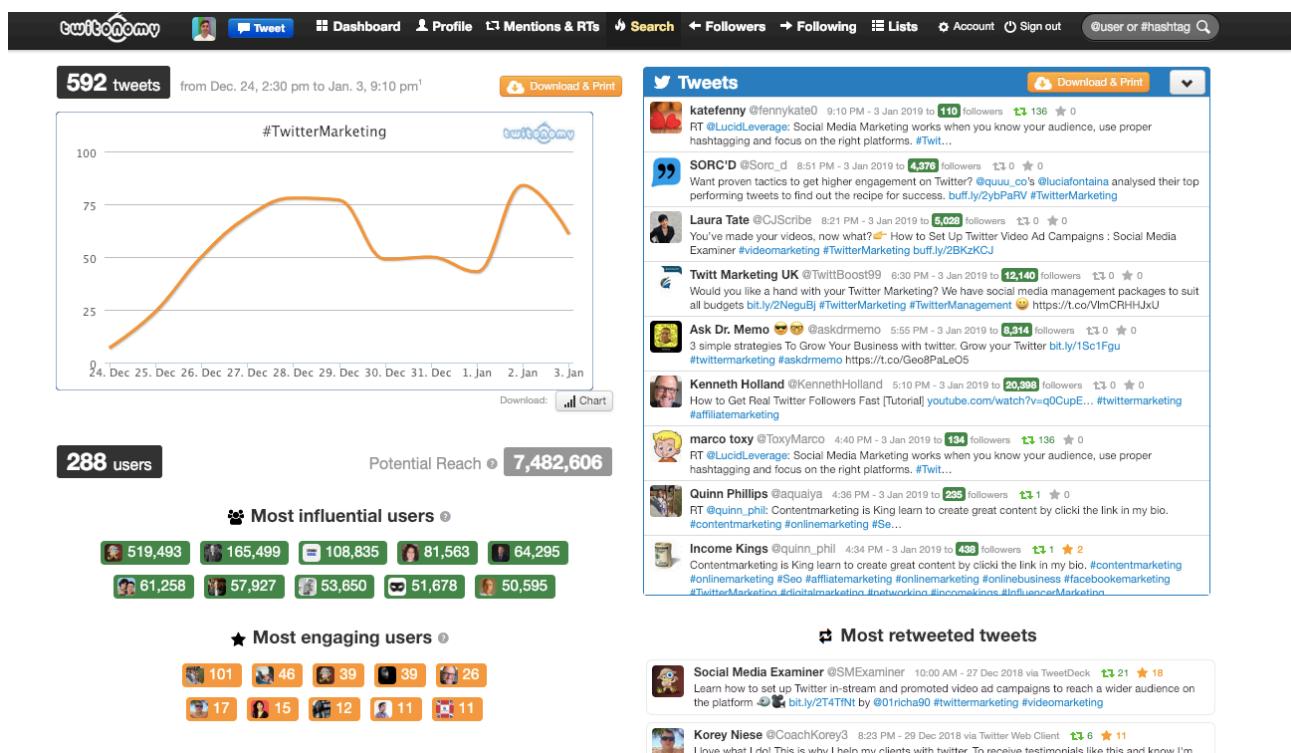
²³ Para saber mais, acesse: <https://www.twitonomy.com/>

como os fãs reagem no Twitter, este tipo de análise é um dos quatro modelos escolhidos por Jeremy Butler (2010, p.3) para realizar estudos do estilo midiático televisivo.

O primeiro passo é "descrever" o texto da televisão com uma série de imagens silenciosas e estáticas (...) Pode ser tentador afirmar que, como o vídeo é composto de 30 quadros por segundo, descreve precisamente a tomada, mas a verdade óbvia é que nós experimentamos a televisão como imagens em movimento, ao longo do tempo, e uma imagem parada, um fragmento de televisão, sempre será uma aproximação disso²⁴(BUTLER, 2010, p.7)

Utilizar o *Twitonomy* não é uma tarefa complexa, com sua interface intuitiva e usabilidade simples porém é necessário ter uma conta no *Twitter* para fazer *login*, e em relação à coleta e download dos *tweets* existem três tipos de planos pagos para acesso a todas as funcionalidades, indo de valores desde US\$20 até US\$199.

FIG.1 – Exemplo de relatório para análise e coleta de mensagens do *Twitter*



FONTE: *Twitonomy*

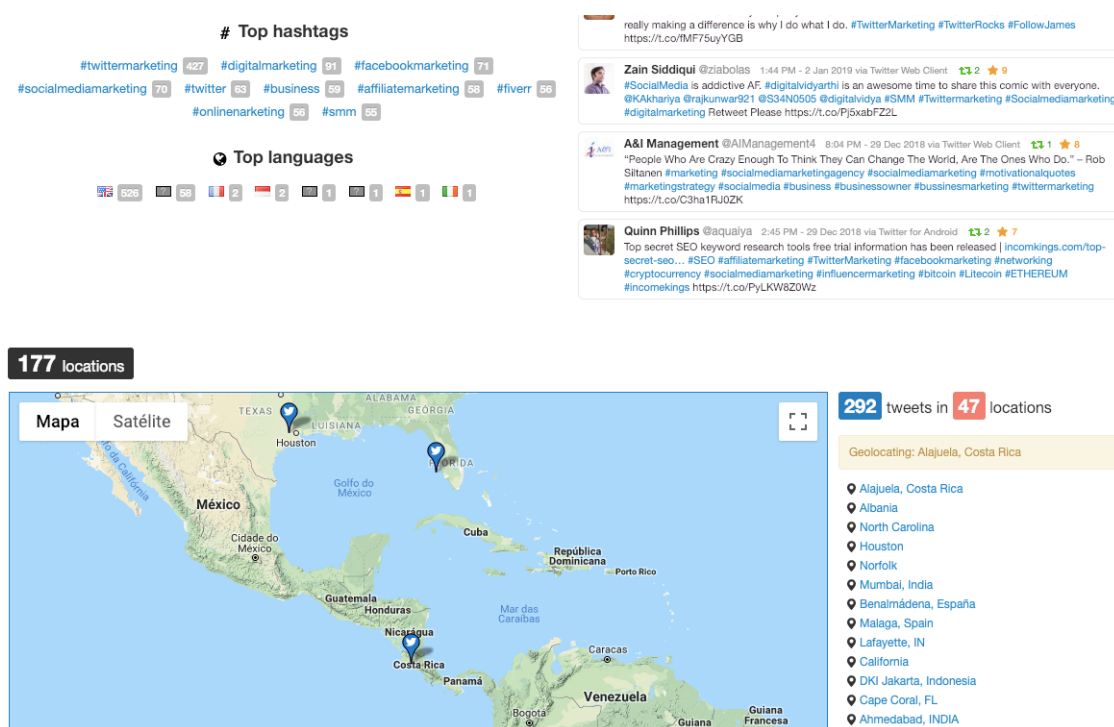
Na figura 1 utilizamos como exemplo um relatório já pronto na plataforma *Twitonomy*, com análise da palavra-chave *TwitterMarketing*. Durante a coleta de *tweets* na dissertação

²⁴ “The first step is to ‘describe’ the television text with a series of silent, still images (...) It may be tempting to claim that since video is made of 30 still frames per seconds accurately describes the shot, but the obvious truth is that we experience television as images in motion, over time, and a still image, a television fragment, is always going to be an approximation of that” Tradução do autor

trabalhamos com algumas palavras-chave relacionadas a série *The Walking Dead*, compartilhadas pela emissora FOX Brasil, a transmissora da série em território nacional.

Do lado esquerdo, na figura 1, é possível ver a evolução dia a dia, e a quantidade de *tweets* que contemplam *TwitterMarketing*. Em períodos de até 24 horas é possível a visualização hora a hora, do número de mensagens postadas no *Twitter*, modelo de análise que realizamos no primeiro capítulo da dissertação. Abaixo do gráfico de linha é apresentado um breve resumo dos usuários mais influentes e com maior engajamento, informações que não foram trabalhadas na dissertação, mas são de grande uso dos profissionais de *social media* e comunicação digital. Já no lado direito da figura 1 é apresentada uma lista resumida das últimas mensagens postadas referentes ao assunto analisado e quais foram as mensagens mais compartilhadas. Ao exportarmos os dados no *Excel* conseguimos ter a visão de todas as mensagens tuitadas, e este modelo foi nossa base para análise.

FIG.2 – Exemplo de relatório para análise e coleta de mensagens do *Twitter*



FONTE: *Twitonomy*

O relatório do *Twitonomy* é uma das ferramentas mais completas que encontramos para análise de mensagens no *Twitter*, e foi escolhido pela sua facilidade de uso e coleta de *tweets* utilizando palavras-chave específicas, como também na realização de filtros por regiões (figura

2). A análise da dissertação contempla somente mensagens postadas no *Twitter* que tenham sido feitas em território brasileiro.

Por conta da grande quantidade de mensagens postadas no *Twitter* sobre uma série televisiva, é necessário que o pesquisador esteja (quase que) em tempo real acompanhando e coletando as mensagens postadas, pois no *Twitter* não existe uma visualização agrupada de dados históricos, por exemplo após um mês da transmissão de determinado episódio é quase que impossível ter acesso a todas as mensagens postadas.

Portanto não seria possível analisarmos como se deu a evolução histórica da primeira até a sétima temporada de *The Walking Dead* no *Twitter*, pois isso acarretaria em termos coletado *tweets* desde 2010 até 2018.

A dissertação utilizou do conhecimento prévio do assunto estudado, da pesquisa bibliográfica, das aulas assistidas junto ao programa de pós-graduação e congressos acadêmicos como embasamento teórico e analítico.

Um possível novo modelo de consumo de séries televisivas, que transmitam sensações de serem ao vivo, a qual surge na televisão brasileira e global amparada no *live-tweeting*, chamou nosso interesse por conta das possibilidades que este modelo permite e como os seus espectadores se organizam para assistir aos programas televisivos.

1. FICÇÃO TELEVISIVA *COMO SE FOSSE AO VIVO*

O objetivo deste capítulo é analisar e compreender o fenômeno que permeia a televisão atualmente, sugerindo uma sensação, por parte do espectador, de conteúdos ficcionais gravados previamente à transmissão serem transmitidos ao vivo. Diferentemente do que considerávamos como ao vivo no início da televisão brasileira nos anos 1950, quando filmagem e transmissão eram uma única frente, agora encontramos novas características nas audiências e nos espectadores televisivos que sugerem uma nova classificação.

a «instância da imagem ao vivo» é posta como um laço simultaneamente tecnológico e social. É indiferente se essa comunicação ocorre por internet, por antena convencional, por antena parabólica, por fibra ótica ou, ainda, por um sistema que combine tudo isso. Ela concentra um vínculo comunicacional (tecnológico e social) entre sujeitos. (BUCCI, 2009, p.71).

Esse processo decorre do panorama de grandes transformações nos meios de comunicação e tecnologias e nesta dissertação decidimos chamá-lo, o processo, de *como se fosse ao vivo*: uma combinação de novos canais de distribuição de conteúdo, diferentes formas de consumo, por parte de um público cada vez mais ativo, proliferação no número de telas e mídias, aceleração de criação de produtos – todas mudanças que a televisão e as mídias digitais sofreram nos últimos dez anos. Entretanto, mesmo com diversas alterações, algumas características que definem o que é televisão para os espectadores e pesquisadores não ficaram obsoletas, elas somente sofreram alterações: “Os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente, suas funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias” (JENKINS, 2009, p.40).

Uma destas funções ou características da televisão é a transmissão ao vivo, a qual “dentre todas as possibilidades da televisão, [é] aquela que marca mais profundamente a experiência deste meio” (MACHADO, 2000, p.125) e o ao vivo televisivo continua presente e com força nas transmissões e programações atuais, mesmo que não em todos os programas e emissoras, ponto que abordaremos no decorrer do capítulo.

Como Jenkins pontua, as mídias estão se transformando com o contato ou sinergia entre as novas tecnologias e hábitos dos usuários. Não devemos considerar essas mudanças como uma nova versão dos meios. A transmissão ao vivo, foco deste capítulo, também sofreu alterações ou variações, mas isso não quer dizer que a televisão como um todo mudou ou que

a *broadcast television* acabou, muito pelo contrário, ela vem ganhando força em novos suportes midiáticos.

Buscamos analisar e apontar a existência, por parte dos espectadores, de uma sensação de conteúdos ficcionais serem transmitidos ao vivo. Para isso, vamos explicar quais as variações de conteúdos televisivos ao vivo existentes e ilustrar a diferença para este *como se fosse ao vivo*.

Antes de entrarmos nas características do ao vivo, é importante explicar melhor os pontos principais e acontecimentos da trama de *The Walking Dead*, nosso corpus de pesquisa. Em sua nona temporada, até 2018, é uma série televisiva categorizada nos gêneros drama, ação e ficção²⁵. Seu universo pós-apocalíptico, apresenta Rick Grimes, interpretado pelo ator Andrew Lincoln, acordando de um coma e percebendo que o mundo conhecido por ele não existe mais. O apocalipse, do qual não se têm explicações de como foi iniciado, desencadeia a ação de pessoas mortas voltando a vida, sem nenhuma lembrança da existência anterior, e buscando carne humana como forma de alimento; eles são chamados de *Walkers* (em português: *Caminhantes*) pelo grupo de protagonistas da série. Essas figuras sobrenaturais já haviam aparecido no cinema, sendo mais conhecidos como Zumbis ou Mortos-Vivos, por exemplo nos filmes: *Noite dos Mortos-Vivos* (*Night of the Living Dead*, 1968) do diretor George Romero, *A Volta dos Mortos-Vivos* (*The Return of the Living Dead*, 1986) do diretor Dan O'Bannon e diversos outros produtos.

Utilizamos *The Walking Dead* como objeto de análise para entender melhor este *como se fosse ao vivo*, pois seus fãs mais interessados na história têm o costume de utilizar a rede social *Twitter* para comentar sobre a série, durante a primeira exibição que segue a grade de programação. Um ranking divulgado pelo próprio *Twitter*²⁶, apresenta quais foram as séries televisivas mais comentadas nos Estados Unidos em 2017, e *The Walking Dead* ficou com o sexto lugar.

Com relação ao ranking, não escolhemos trabalhar com *Game of Thrones*, mas as análises apresentadas durante a dissertação podem ser aplicadas em ambas séries televisivas. *The Walking Dead* e *Game of Thrones* são produtos seriados, baseados em livros ou histórias em quadrinhos e com narrativas complexas.

²⁵ Para maior conhecimento da história verificar o especial organizado pela produtora AMC - "The Walking Dead: A História até Aqui" Disponível em: <<http://www.adorocinema.com/noticias/series/noticia-125085/>> Acesso em: 12/02/2019

²⁶ Para visualizar o ranking completo. Disponível em: <<https://twitter.com/TwitterData/status/938070936351371265>> Acesso em: 19/02/2019

Como dissemos anteriormente, os espectadores fãz têm consciência de que não assistir ao episódio em sua primeira exibição, ou seja, seguindo a grade de programação, pode abrir a possibilidade de eles estarem sujeitos a receber mensagens que contenham pontos importantes da trama. E isso acarreta nessa possível volta da grade de programação, algo que vai contra ao que o mercado de comunicação e tendências apontam: que o consumo audiovisual caminha para uma disponibilidade a qualquer momento, como VOD – *Video On Demand* e o *Streaming Digital*. As séries da empresa *Netflix* são disponibilizadas, em sua maioria, na íntegra em seu catálogo, permitindo que cada espectador assista em seu próprio ritmo. E essa possibilidade não traduz uma das principais características do conteúdo ao vivo, o qual é o foco deste capítulo: “o traço distintivo da transmissão direta: a recepção, por parte de espectadores situados em lugares muito distantes, de eventos que estão acontecendo nesse mesmo instante” (MACHADO, 2000, p.125). Quando o conteúdo é disponibilizado em sua totalidade, é possível que espectadores comecem a assistir aos episódios quando quiserem, fora da ordem, pausem a qualquer momento ou assistam toda uma temporada em uma única vez: isso ocorre nas séries em segundo e quarto lugar do ranking do *Twitter*: *Stranger Things* (*Netflix*, 2016 – atualmente) e *13 Reasons Why* (*Netflix*, 2017 – atualmente), sua distribuição e modelo de consumo não pode ser classificado dentro deste *como se fosse ao vivo*.

Existem séries como *Better Call Saul* (*AMC/Netflix*, 2015 – presente), *Dark* (*Netflix*, 2017 – presente) e *The Man in the High Castle* (*Amazon*, 2015 – presente) que possuem características complexas e conteúdos que possibilitariam a mesma sensação de *como se fosse ao vivo*, por parte dos espectadores, que em *The Walking Dead*. Os três exemplos não possuem características parecidas em relação à história, pelo contrário são totalmente diferentes, mas todos podem ser classificados como narrativas complexas: “Programas complexos de televisão convidam a desorientação e confusão temporárias, permitindo que os espectadores desenvolvam suas habilidades de compreensão por meio de acompanhar a narrativa em um longo prazo e engajamento ativo.”²⁷(MITTELL, 2015, p.51).

Entretanto, estes três produtos no mercado brasileiro, como vamos explicar mais a frente, possuem uma característica de transmissão que não permitem a classificação dentro do *como se fosse ao vivo*. Os três são distribuídos em formato de *streaming*, ou seja não existe uma grade televisiva e horário específico para transmissão de um novo episódio, com isso os espectadores são ‘espalhados’ em diferentes horários. Este *como se fosse ao vivo* e a *Social TV*

²⁷ Tradução livre do autor. Texto original: *Complex television programs invite temporary disorientation and confusion, allowing viewers to build up their comprehension skills through long-term viewing and active engagement*

são presentes somente, utilizando as palavras de Sigliano (2017, p.68-69), de maneira síncrona ao fluxo televisivo. Por exemplo, *Dark* foi disponibilizado em sua totalidade no catálogo da *Netflix*, portanto um espectador mais ‘curioso’ poderia assistir a todos os episódios no mesmo dia. Já a série *Better Call Saul* é transmitida nos Estados Unidos da América pela produtora e canal *AMC*, a mesma de *The Walking Dead*, com um horário fixo e seguindo uma grade televisiva. Na América Latina, *Better Call Saul* é transmitido pela *Netflix*, e mesmo tendo uma distribuição de seus episódios de maneira semanal, não existe um horário pré-estabelecido para a *Netflix* divulgar o episódio mais recente. O contrato com a *AMC* permite que a *Netflix* disponibilize o episódio somente um dia após a transmissão norte americana, o que poderia acarretar em *spoilers* para os espectadores brasileiros, que lessem blogs e sites americanos. Neste tipo de distribuição não é fácil o encontro dos espectadores de maneira síncrona ao ato de assistir à série, com intuito de compartilharem mensagens na *Social TV*.

Os demais produtos no ranking divulgado pelo *Twitter*²⁸, *Big Brother* e *Saturday Night Live* não são categorizados no mesmo gênero que *The Walking Dead*, sendo reality show e programa de auditório, respectivamente. Para este *como se fosse ao vivo* estamos considerando somente séries televisivas, mas antes de aprofundarmos nossas análises é importante apresentarmos ao leitor quais são as atuais definições de ao vivo televisivo.

1.1 AS VARIAÇÕES DE AO VIVO

Diferentes autores estudam e apresentam tipologias que contemplam uma classificação de transmissões ao vivo, as quais são marcadas por características de distribuição, interação e fluxo televisivo. Neste capítulo vamos trazer as ideias de diferentes pesquisadores, para depois realizar uma análise comparativa com uma possível nova tipologia de transmissão ao vivo. Inicialmente, é necessário apresentar as variações da classificação de transmissões ao vivo.

A primeira variação é da natureza da televisão, existindo desde sua criação: quando o som e a imagem de um evento, ou toda sua programação, são transmitidos em tempo real. Na televisão ao vivo, atualmente, os eventos captados pela câmera são transmitidos aos espectadores, e ao mesmo tempo os produtores realizam ambas ações, de produção e transmissão. Um bom exemplo dessa variação seriam programas esportivos, como a transmissão de uma partida de futebol. Não existe um controle, por parte dos produtores e

²⁸ Para visualizar o ranking completo. Disponível em:
<<https://twitter.com/TwitterData/status/938070936351371265>> Acesso em: 19/02/2019

transmissores, sobre o que vai acontecer. E os diretores de ilhas de edição precisam de atenção a cada detalhe:

A cobertura de eventos esportivos ao vivo é um ambiente em que a habilidade de pensamento rápido, em relação aos eventos que estão acontecendo e gerenciar a parte de produção, praticamente sempre sobre pressão, é altamente valorizada. A produção ao vivo não era considerada um novo subgênero, mas se tornou o gênero que definiu a produção esportiva na televisão ²⁹ (MILNE, 2016, p. 165).

É necessário ter velocidade e controle sobre tudo que está acontecendo e sendo transmitido aos espectadores, cada lance de uma partida de futebol pode ser decisivo. Como Milne pontua, produção e edição em tempo real acabam sendo características marcantes da transmissão esportiva.

A primeira variação pode ser compreendida em uma única citação de Campanella e Almeida (2017, p.10): “o conteúdo que é produzido ‘ao vivo’ e busca a instantaneidade da experiência televisiva. (...) [é aquilo] que é produzido é exibido no momento mesmo de sua produção”.

Um segundo exemplo desta variação são programas como *The Academy Awards: Oscar*, acontecimentos em grande escala que transmitem o que está sendo apresentado no palco ou tapete vermelho instantaneamente para uma escala global. O que é capturado pela câmera é transmitido em tempo real ao público. Esse grande alcance de espectadores em diferentes locais e instantaneidade auxiliam a definirmos o primeiro item de nossa classificação.

Uma segunda variação da tipologia de transmissão ao vivo, em nossa lista, é presente principalmente em programas jornalísticos ou telejornais: “quando os noticiários televisivos começaram a utilizar vídeos amadores para eventos inesperados e específicos, isso tornou possível uma nova possibilidade e promessa de ‘tempo real’” (BOURDON, 2000, p.532)³⁰. A inserção de VTs ou uso de gravações amadoras nos telejornais é uma das práticas de facilidade e agilidade que as emissoras televisivas utilizam, com auxílio da internet, para estar a par dos principais acontecimentos. Quando, por exemplo, um acidente de automóveis ocorre, é difícil e tomaria um grande tempo enviar um repórter ao local, perdendo o *timing* da divulgação ao público; mas, com o crescimento, na população, da posse de *smartphones* com câmeras de

²⁹ “Live sports coverage is an environment where the ability to think quickly in reaction to events and to manage output, virtually always under pressure, is highly prized. Live production was not so much a new sub-genre but had become the genre that defined television sports production” Tradução do autor

³⁰ “when television newscasts have started using amateur videos for specific unexpected events, this has made possible another promise of ‘liveness’” Tradução do autor

gravação, este processo de estar presente ou ter vídeos de todos e quaisquer acontecimentos é ‘simples’. Basta uma pessoa gravar o acontecimento e enviar, via canal digital ou internet, para a emissora televisiva. Por isso, a emissora Rede Globo tem o costume de ensinar como seus telespectadores devem realizar gravações, além de incentivar o envio de vídeos, gravados de maneira horizontal.³¹

Este segundo ponto combina a transmissão ao vivo do telejornal, pois os apresentadores estão ao vivo, e a utilização de vídeos-amadores por parte do público, gravações que não são consideradas ao vivo.

O segundo tópico, que abarcamos, tem variações de acordo com o fato acontecido. Um exemplo, seriam as transmissões ao vivo durante desastres. Anteriormente ao crescimento da posse de *smartphones* na população, era comum a cobertura de tragédias ser realizada principalmente por jornalistas profissionais da emissora televisiva. Tratando-se de um desastre, é de suma importância os jornalistas atuarem e mostrarem profissionalismo, sendo imparciais sobre o ocorrido. Mesmo as emissoras buscando esse imediatismo na cobertura televisiva de desastres e profissionalismo que somente os jornalistas teriam, os vídeos dos espectadores são utilizados, como por exemplo nos atentados terroristas de Barcelona, onde a cobertura da televisão utilizou de materiais de turistas e moradores. Durante a cobertura de desastres, a dificuldade de conseguir informações novas sobre a situação faz com que toda e qualquer nova informação transmitida de maneira profissional por jornalistas ou pela população de forma amadora tenha características de ao vivo. O acontecimento da tragédia não é ao vivo, mas as novas informações descobertas são, por serem inéditas.

O inédito é um ponto muito importante para esta classificação de ao vivo que defendemos. Se um produto já foi transmitido na grade de programação outras vezes, a sensação de *como se fosse ao vivo* é experimentada em menor escala, pois parte dos espectadores já sabe o que aconteceu no programa ou série.

O compartilhamento de informações importantes, por parte dos espectadores, para o suspense ou reviravolta elaborado pela narrativa pode vir a ser considerado como um *spoiler*, que Matt Hills (2012, p.108) define como pedaços da narrativa e informações que circulam, antes da transmissão do conteúdo, por parte da cultura de fãs.

Já a terceira variação do ao vivo televisivo está presente em programas de *reality show* gravados anteriormente à transmissão, mas que seguem o fluxo televisivo e simulam estar ao

³¹ Exemplo de *tutorial* para gravação, realizado durante o programa Jornal Nacional, onde o apresentador William Bonner ensina a gravar com o celular na horizontal. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=AvkP702rxKw>> Acesso em: 19/02/2019

vivo utilizando de diferentes técnicas. Estes programas buscam criar um falso ao vivo, utilizando como meio principal a *Social TV*. Para ficar mais claro utilizaremos como exemplo o programa *Master Chef Brasil* da Rede Bandeirantes de Televisão no qual, em sua maioria, os episódios são gravados anteriormente à transmissão na grade televisiva. Por se tratar de diversas provas culinárias em que o preparo de um prato pode durar de 45 minutos a 2 horas, não seria viável – pensando em números de audiência – realizar transmissões tão longas e sem cortes. Entretanto, o programa busca criar este falso senso de ao vivo, com duas técnicas: utilizando de redes sociais e exposição da tensão dos participantes nas provas culinárias.

Com os reality shows, as exibições “ao vivo” tornam mais evidente a promessa de interatividade, pois as emissoras constroem um discurso segundo o qual parte da construção do programa é de “responsabilidade” dos telespectadores (CAMPANELLA, ALMEIDA, 2017, p.15).

A técnica de exibir a tensão dos participantes é comumente utilizada por *reality shows*, a narrativa do programa cria um caráter de tensão e urgência por meio da edição: será que os competidores cozinheiros vão conseguir terminar seus pratos, terá o sabor ficado bom, entre outras dúvidas. Entretanto, estes embates já foram solucionados, os cozinheiros já sabem quem foi o melhor e se conseguiram passar para a próxima etapa, já que o programa é gravado previamente a exibição. Somente o público espectador não sabe a resolução, pois estão assistindo no momento ‘ao vivo’ da transmissão.

Master Chef, como outros programas de *Reality Show*, utilizam também de efeitos sonoros para criar a sensação de tensão, como vemos no episódio dois, da quinta temporada de *Master Chef Brasil*. O participante Gabriel estava perdendo o tempo da prova e não havia terminado seu prato, em paralelo com as edições e cortes é possível ouvir uma música com batidas fortes, para aumentar essa tensão.³²

Junto com o suspense criado pelo som e edição, a técnica de uso das redes sociais funciona de maneira simples, durante a transmissão, a apresentadora de *Master Chef Brasil* convida os espectadores a compartilharem suas opiniões e comentários nas redes sociais, e estas mensagens, as quais são realmente em tempo real, podem ser colocadas como *inserts* nos VTs das provas culinárias.

Todos as variações e suas características apontadas foram surgindo com a evolução da televisão, por novas tecnologias, novas formas midiáticas e novos consumos por parte do

³² Para assistir a cena descrita, veja o link a partir de 10:50 – Disponível em: <<https://youtu.be/VGKIdwPLQk?t=10m50s>> Acesso em: 19/02/2019

público espectador. Suas definições e os programas exemplificados não seguem uma regra absoluta de classificação como conteúdo ao vivo. Por exemplo, não seriam todos os programas jornalísticos que utilizam VTs amadores gravados previamente à exibição ou todas as transmissões de jogos de futebol que são ao vivo. É uma questão de análise e classificação, programa a programa.

1.2 A CRIAÇÃO DE SENSAÇÕES DE AO VIVO

A última variação, desta classificação, é o objetivo de análise deste capítulo. Nossa hipótese parte da ideia de que os espectadores enxergam características do ao vivo em programas ficcionais seriados televisivos, mesmo estes sendo gravados previamente à exibição, por conta da convergência do conteúdo televisivo. Esta variação ocorre em séries que sejam apresentadas seguindo a grade de programação, ou seja, com um modelo de hora marcada para consumo televisivo. A evolução que buscamos apresentar é possibilitada pela combinação da televisão e das redes sociais, sem estas não seria possível a existência deste *como se fosse ao vivo*, a *Social TV*.

Os programas que seguem um horário fixo de transmissão, avisado previamente aos espectadores fãs, podem garantir a presença digital de uma parcela deste público, o qual vai assistir ao programa no momento original de sua transmissão e com a possibilidade de comentar sobre a série em plataformas digitais.

Para exemplificarmos esta definição de ao vivo, utilizaremos como objeto a série norte-americana *The Walking Dead*, a qual apresenta um *fandom* (um conjunto de fãs) ativo e que interage, conversando entre si, com base nos acontecimentos e *plots* do programa. Uma característica presente nas transmissões ao vivo, e sobretudo nas ações humanas, é a participação e o sentir-se parte de um grupo: “a mídia social recompensa nossos desejos intrínsecos tanto de participação quando de compartilhamento” (SHIRKY, 2011, p.82). O caráter deste *como se fosse ao vivo*, ocorre em uma combinação de fatores:

1. Produtos seriados televisivos episódicos, que são gravados previamente à transmissão;
2. Transmitidos seguindo a grade de programação, transmissões inéditas;
3. Podem, por meio de narrativas complexas, influenciar o público espectador a compartilhar informações e suas opiniões nas redes sociais sobre a série, durante o momento da primeira transmissão;

4. Precisam de um público ou *fandom* ativo e presente em canais digitais, como o *Twitter*.

Antes de explorarmos mais a fundo esta nova classificação, é essencial separarmos a classificação de ao vivo televisivo em *reality shows* e ficções seriadas. No primeiro caso, existe uma tendência de simular, por meio da edição, que o programa está ao vivo, como apresentamos em nosso exemplo de *Master Chef Brasil*. Já nas ficções seriadas, como *The Walking Dead*, seria impossível criar as cenas diante de uma câmera e com transmissão simultânea, estes programas passam a ideia, para o espectador, de estar assistindo a um filme. Outro ponto que diferencia os *reality shows* das ficções seriadas é a possibilidade de estar realmente ao vivo, em programas como *Big Brother Brasil* é comum o apresentador reunir os participantes para uma rápida transmissão ao vivo, normalmente antes de eliminações.³³

É importante entender, na variação apresentada, que a interação público e produto e, principalmente as sensações e sentimentos por parte dos espectadores, criam esse *como se fosse ao vivo*:

as práticas referentes ao Twitter podem ser caracterizadas como novas *ritualidades* na recepção de telenovela, envolvidas na busca por *socialidade* [...] sujeitos que, ao mesmo tempo em que são parte de uma audiência, buscam atender à sua própria *possível* audiência. Isso permite esmiuçar o *trânsito das audiências* para além da intercalação de papéis de receptor e emissor, tendo em vista o caráter *crossmidiático* dos informantes – enquanto emissores e receptores – a partir da apropriação tecnológica (PIENIZ, 2015, p.217).

A ideia da autora é válida não somente para telenovelas, mas como vimos com *TWD*, os espectadores buscam, naturalmente, compartilhar e participar das discussões e tópicos relacionados a séries televisivas. Este acontecimento já era visualizado no *Watercooler TV*, entretanto agora é realizado simultaneamente com a programação, acontecendo uma aceleração na entrega e recebimento de mensagens. A grade de programação auxilia todos estes espectadores mais ativos a estar online e sintonizados no canal de televisão durante a duração do programa, não acontecendo uma dispersão, por parte do público durante dias ou horas. O que existe é uma organização e sinergia natural. Obviamente, *The Walking Dead* não é transmitido ao vivo, seus episódios, semanais, são gravados meses antes da transmissão, entretanto, as emissoras televisivas informam (utilizando *breakes* comerciais ou redes sociais)

³³ Estamos considerando a transmissão de Big Brother Brasil na Rede Globo, a qual segue a grade de programação. O *pay-per-view* apresenta uma transmissão ao vivo durante 24 horas, porém, entra em outra categoria de análise. A qual não é o foco desta dissertação.

o horário em que o episódio vai ao ar, e isso é feito de maneira global. A FOX Brasil transmite todos os episódios no mesmo momento que eles são transmitidos nos Estados Unidos da América.

1.2.1 UM AMBIENTE PARA CONSUMO AO VIVO

Uma das redes sociais mais utilizadas, pelo seu modelo rápido de consumo de informações e organização por tópicos e assuntos, é o *Twitter*. Para Deller:

[o] *Twitter* oferece aos pesquisadores das mídias e aos produtores uma oportunidade única de testemunhar o processo de ‘*watercooler*’ e conteúdos televisivos, no momento que estes estão ocorrendo, para determinar não apenas o que é popular, em números de audiência, mas o que faz com que o público (uma parte dele) compartilhe. No entanto, também nos oferece a oportunidade de monitorar a resposta imediata das seções das audiências a quase todos os programas que buscamos pesquisar ³⁴ (DELLER, 2011, p. 228).

Essa possibilidade de monitorar, diferentes programas televisivos, de maneira imediata tem grande destaque no *Twitter* por conta de diversos fatores, - os quais vamos apresentar no capítulo dois - um deles é o uso de palavras-chaves em mensagens postadas na rede social, garantindo que os espectadores de uma série e, também, como Deller pontua, os pesquisadores das mídias tenham um fácil acesso aos comentários relacionados ao produto televisivo que está sendo transmitido naquele momento. A palavra-chave auxilia a organização dos assuntos no *feed* de mensagens do *Twitter*.

O professor e pesquisador da universidade de Alabama, Jeremy Butler, descreveu em seu livro *Television Style*, as diferentes funções do estilo visual e narrativo no audiovisual (p.11, 2010), utilizando como base o pesquisador americano, David Bordwell. Uma destas funções é referente às sensações e emoções possibilitadas pelo conteúdo em frente ao público, “qualidade expressiva, refere-se à emoção que o estilo de um filme exhibe e àquelas que ele suscita no espectador”³⁵ (BUTLER, p.12, 2010), trazendo como o espectador se sentiu após assistir a determinada cena: ele ficou triste ou feliz, ficou surpreso ou irritado, são muitas possibilidades.

³⁴ “*Twitter* offers media scholars and producers alike a unique opportunity to witness ‘*watercooler*’ TV as it happens; to determine not only what is popular ratings-wise, but what it is that gets (some) audiences talking. However, it also offers us the opportunity to monitor the immediate response of sections of the audience to almost any programme we wish to research” Tradução do autor

³⁵ “expressive quality, refers to the emotion that a film’s style displays and those that it elicits in the viewer” Tradução do autor

Para Butler (p.12, 2010), uma das maneiras de analisar o estilo é por meio de pesquisas quantitativas, onde as sensações dos públicos são quantificadas, para termos um número geral de quais são as sensações principais: “Especialistas em televisão podem, ocasionalmente, discutir ‘qualidades de sentimento’, mas a interpretação mais sistemática desse sentido de expressão pode ser encontrada na pesquisa empírica quantitativa sobre os sentimentos causados pela televisão”³⁶. Utilizando a rede social *Twitter* essa técnica de análise do estilo televisivo fica mais fácil, pois diversos espectadores de séries televisivas compartilham suas emoções. O *Twitter* vem como uma ferramenta facilitadora para análise do estilo e cognição do público televisivo.

1.2.2 O *CORPUS* AUDIOVISUAL PARA A *SOCIAL TV*

Partimos da ideia de que o hábito de compartilhar o que se está assistindo na televisão tende a crescer em séries com complexidade narrativa.

A complexidade narrativa redefine formas episódicas sobre a influência da narração em série – não necessariamente uma fusão completa de formas episódicas e seriadas, mas um equilíbrio inconstante. Rejeitando a necessidade de fechamento de plot em todos episódios, que denominam a forma episódica convencional, a complexidade narrativa cria histórias contínuas em uma variedade de gêneros. A televisão complexa emprega uma série de técnicas seriadas, com o pressuposto de que uma série é uma narrativa cumulativa, que se constrói com o tempo, em vez de retornar a um equilíbrio no final de cada episódio ³⁷ (MITTELL, 2015, p.18).

Em seriados, do gênero sitcom, dificilmente teremos uma grande parcela do público compartilhando suas teorias após assistir a um episódio, o seu público já espera determinados acontecimentos, como por exemplo, conclusões de *plots* apresentados no início do episódio. Já em narrativas complexas, como *The Walking Dead*, é difícil, mas não impossível, presumir o que vai acontecer nas próximas cenas e episódios. Por isso, os espectadores buscam as redes sociais como um ambiente para compartilhamento de suas teorias e descobertas, em relação à narrativa. Não queremos definir que todos os *sitcoms* não possuem surpresas em suas

³⁶ “Television stylisticians might occasionally discuss “feelingful qualities”, but the more systematic interpretation of this sense of expression is to be found in quantitative empirical research into the feelings caused by television’s” Tradução do autor

³⁷ “narrative complexity redefines episodic forms under the influence of serial narration — not necessarily a complete merger of episodic and serial forms but a shifting balance. Rejecting the need for plot closure within every episode that typifies conventional episodic form, narrative complexity foregrounds ongoing stories across a range of genres. Complex television employs a range of serial techniques, with the underlying assumption that a series is a cumulative narrative that builds over time, rather than resetting back to a steady-state equilibrium at the end of every episode.” Tradução do autor

narrativas³⁸ somente que é mais comum essa complexidade em narrativas como *The Walking Dead*, por se tratar de uma série com diversos acontecimentos que se acumulam entre temporadas e episódios, não existe uma trama única que será iniciada e solucionada em cada episódio, como acontece em muitas *sitcoms*. Usando a série *The Big Bang Theory* (CBS, 2007-2019) como exemplo, entendemos que *TWD* não é tão simples quanto a *sitcom*, mas as duas poderiam ter *live-tweeting*, o que muda são as sensações dos espectadores.

A televisão complexa trata essas facetas como cumulativas e consistentes no *storyworld*, com tudo o que acontece e com todos que vemos como parte desse persistente universo narrativo. Como discutido ao longo deste livro, essa persistência cumulativa é uma das principais maneiras de se definir histórias em série contra a televisão episódica - um drama ou *sitcom* pode ter os mesmos personagens e *storyworld*, mas tais personagens raramente lembram eventos anteriores e há pouca noção de continuidade entre os episódios, permitindo aos espectadores assistir de forma intermitente e fora da cronologia³⁹ (MITTELL, 2015, p.296).

The Walking Dead apresenta todas estas nuances da tecnologia em conjunto à televisão, contendo complexidade narrativa e convergência de conteúdos entre plataformas de mídia por parte dos espectadores no *Twitter*.

A complexidade pode ser vista, por exemplo, quando cada episódio apresenta uma nova trama e mais informações surgem para o público lembrar; elas podem ser retomadas ou até mesmo afetarem os personagens no futuro, criando um maior interesse na história, este é um dos *drives* para consumo audiovisual complexo (MITTELL, 2015, p.169-170), ser surpreendido a qualquer momento. A narrativa utiliza os diferentes pontos de vistas das personagens para contar a mesma história, procurando mostrar que uma decisão tomada pelos protagonistas não reflete no pensamento de todos os personagens, estes discutem entre si para entender se uma ação realizada, como atacar um grupo de inimigos ou roubar alimentos, foi positiva ou negativa, tudo varia para cada personagem e seu momento atual. Lembrando que por se tratar de um ambiente apocalíptico e sem regras, as personagens estão sujeitas a realizarem ações que não seriam consideradas corretas ou dentro das leis em nosso mundo, a realização contínua de traições, mortes e roubos vem afetando cada vez mais a personalidade dos personagens.

³⁸ Por exemplo, a série *Friends* (1994 – 2004) apresentava algumas informações que transitavam entre episódios e temporadas, um acontecimento na segunda temporada, poderia ter impactos em decisões da sexta temporada. E seus personagens sempre se recordavam de fatos que ocorreram no passado.

³⁹ “Complex television treats these facets as cumulative and consistent within the storyworld, with everything that happens and everyone we see as part of this persistent narrative universe. As discussed throughout this book, such cumulative persistence is one of the chief ways that serial storytelling is defined against episodic television — an episodic drama or *sitcom* may have the same characters and storyworld, but such characters rarely remember previous events and there is little sense of continuity between episodes, enabling viewers to watch intermittently and out of chronology” Tradução do autor

Em *TWD* os acontecimentos anteriores que um personagem realizou ou vivenciou, em temporadas passadas, podem “assombrá-lo” na temporada atual, por exemplo, na terceira temporada (2012-2013) a personagem Lori Grimes (interpretada pela atriz norte-americana Sarah Wayne Callies) morre dando a luz a sua segunda filha. Lori era a esposa do protagonista Rick Grimes, e no decorrer da temporada os espectadores começam a ver um Rick cada vez mais fora de si, e este começa a ser assombrado por mortes do passado, no episódio seis da terceira temporada, com título “*Hounded*”, Rick está sozinho na sala das caldeiras de uma prisão, onde Lori morreu, e um telefone começa a tocar, mesmo sem linha telefônica ou energia no local, no decorrer do episódio Rick conversa com quatro personagens que já morreram em episódios anteriores, é um modo que a narrativa apresenta um confronto entre Rick e o aceite de que sua esposa morreu.⁴⁰

The Walking Dead pode não se tratar de uma série que provoque enormes dúvidas no espectador, quando pensamos em narrativas, ou que o deixe em completa perplexidade (como *Westworld*, 2016 - HBO), nem que o espectador tenha que ter em mente a rede de personagens e confrontos políticos que há, por exemplo, em *Game of Thrones*. Entretanto, há em *TWD* elementos de complexidade narrativa, como estamos pontuando neste capítulo, por exemplo suas oito temporadas, até o começo de 2018, acumulam histórias e cabe ao público lembrar dos principais acontecimentos em episódios anteriores, os diversos nomes e características das personagens.

A morte inesperada ou uma reviravolta na trama, exemplos de complexidades narrativas, criam estes momentos para o espectador compartilhar suas sensações, como veremos nas mensagens postadas na rede social *Twitter*, durante a exibição de um episódio, mensagens exploradas no subcapítulo 1.2.3.

O sucesso *cult* de *The X-Files* exemplifica o que pode ser a marca da complexidade narrativa: uma interação entre as demandas da narrativa episódica e serial, muitas vezes oscilando entre arcos de longo prazo e episódios independentes.⁴¹(MITTELL, 2015, p.19)

Como em *Arquivo X*, mas talvez em menor escala, *The Walking Dead* apresenta arcos narrativos longos, por exemplo, na sétima temporada inteira os protagonistas estão buscando diferentes formas de contra-atacar Negan (interpretado por Jeffrey Dean Morgan), o vilão desta

⁴⁰ *Hounded* - Episódio seis da terceira temporada. A cena pode ser vista no YouTube, dividido em duas partes. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=gVXwS4fQ6kk>> Acesso em: 19/02/2019 e Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=iZ3mnbOWAdw>> Acesso em: 19/02/2019

⁴¹ “The cult hit *The X-Files* exemplifies what may be the hallmark of narrative complexity: an interplay between the demands of episodic and serial storytelling, often oscillating between long-term arcs and stand-alone episodes” Tradução do autor

temporada, todas as ações realizadas por Rick e seu grupo tem como objetivo matar ou derrubar a hegemonia de Negan. A série também apresenta, em menor número, arcos narrativos de um único episódio, os quais sempre tem um mínimo de relação com o arco principal. Um caso de arco narrativo de único episódio acontece quando os protagonistas Rick e Daryl Dixon (interpretado pelo ator Norman Mark Reedus) estão procurando alimentos para as pessoas do seu grupo e encontram um caminhão cheio de suprimentos, remédios, munição de armas e outras coisas; o episódio intitulado “*The Next World*” é o décimo da sexta temporada, o arco narrativo é a tentativa de Rick e Daryl levarem o caminhão até uma comunidade de casas segura, só que eles são roubados por Paul “Jesus” Monroe (interpretado por Tom Payne), e o episódio inteiro se passa na tentativa de recuperar o caminhão.

Em *Arquivo X* existem acontecimentos em arcos únicos de episódios, que não afetam os arcos narrativos maiores, já em *The Walking Dead* todos acontecimentos podem ter importância futura na narrativa. Esta é uma característica que consideramos complexa no *corpus* da dissertação.

Nas narrativas televisivas convencionais, os episódios apresentam duas ou mais linhas de enredo que se complementam: um *plot* A principal que domina o tempo de tela e gráficos secundários B que podem oferecer paralelos temáticos ou fornecer contraponto ao *plot* A, mas raramente interagem com ele no nível de ação. Complexidade, especialmente em comédias, trabalha contra essas normas, alterando a relação entre múltiplas linhas de enredo, criando histórias entrelaçadas que muitas vezes colidem e coincidem.⁴² (MITTELL, 2015, p.42).

Os arcos⁴³ e *plotlines*⁴⁴ em *The Walking Dead* podem ser apresentados na narrativa em como as diferentes cidades de sobreviventes vão atuar na luta contra os zumbis e vilões. Estes arcos não ocorrem em um único episódio, mas durante toda uma temporada ou mais. Não existe um período determinado para conclusão de um arco, o arco do *Governador*, um dos vilões, acontece entre a terceira e quarta temporada.

A “necessidade” destes espectadores em compartilharem vai de encontro com a presença de *spoilers* televisivos na *Social TV*, informações que revelam elementos importantes na narrativa. Os finais de temporada e o clímax dos episódios normalmente apresentam grande quantidade de conteúdos sensíveis ao *spoiler*. Quanto mais tempo se passa após transmissão ou

⁴² “In conventional television narratives, episodes feature two or more plotlines that complement each other: a main A plot that dominates screen time and secondary B plots that may offer thematic parallels or provide counterpoint to the A plot but rarely interacts with it at the level of action. Complexity, especially in comedies, works against these norms by altering the relationship between multiple plotlines, creating interweaving stories that often collide and coincide” Tradução do autor

⁴³ Arco narrativo - Um arco de uma série é uma narrativa apresentada de forma continuada através de episódios, não seguindo necessariamente uma forma linear.

⁴⁴ *Plotlines* – Uma linha narrativa relacionada ao conflito essencial de série ou sua trama principal.

disponibilidade do conteúdo audiovisual, mais *spoilers* podem ser compartilhados e divulgados, o tempo é uma das variáveis que podem impactar produtos televisivos.

Os pesquisadores Gray e Mittell (2017), apontam que existem dois tipos de telespectadores ao pensarmos em *spoiler*:

- Os receptores que buscam e estão abertos ao recebimento de *spoilers*.
- E aqueles que evitam *spoilers*, para não terem surpresas na narrativa, antes de assistirem à série.

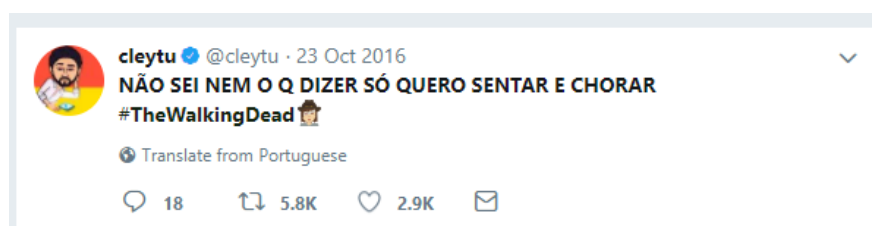
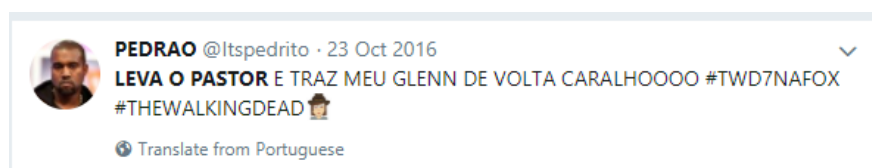
Na dissertação vamos entender o quanto estes dois públicos podem afetar a experiência de assistir uma série televisiva e no capítulo três traremos exemplos de cenas, da série *The Walking Dead*, que podem acarretar no compartilhamento de *spoilers*.

Não existe um protocolo para definição de como devemos assistir televisão, portanto para um telespectador que não assistiu nenhum episódio de *Lost* (2004-2010) até 2018, qualquer informação poderia ser considerada um *spoiler*, mesmo quando a série já foi transmitida e finalizada há 8 anos. A narrativa de *Lost* foi explorada e estudada, tanto por pesquisadores da academia como pelo público geral, as informações sobre sua complexidade, *plot-twists* e conclusões podem ser encontradas em diferentes plataformas e autorias. Neste caso, quanto mais tempo se passou após a transmissão televisiva, mais aprofundada e reveladora são as informações.

1.2.3 A COLETA E ANÁLISE DE MENSAGENS NA SOCIAL TV

Utilizando a ferramenta *Twitonomy* conseguimos coletar e quantificar os números de *tweets* postados na rede social *Twitter*, sobre episódios específicos de *The Walking Dead*, conforme exemplificado na introdução, p.20, a coleta precisa ser realizada em tempo real, pois os dados tabulados e exportações dos *tweets* ocorrem somente em datas próximas a postagem, por conta da grande quantidade de mensagens postadas por minuto.

Vamos analisar os *tweets* do primeiro episódio da sétima temporada, intitulado de “*The Day Will Come When You Won't Be*” e transmitido no Brasil na noite de 23/10/2016 e madrugada de 24/10/2016.

FIG. 3 – *Tweet* de @Cleytu⁴⁵FONTE: *Twitter*FIG. 4 – *Tweet* de @Itspredito⁴⁶FONTE: *Twitter*FIG. 5 – *Tweet* de @GuaxinimGamer⁴⁷FONTE: *Twitter*

Os exemplos acima ilustram que acontecimentos inesperados levam ao compartilhamento de *tweets* por parte do público espectador. No episódio mencionado, o personagem Glenn (interpretado por Steven Yeun), um dos personagens principais morreu, e isso resultou na vontade e motivação do público de compartilharem seus sentimentos, sendo de raiva ou tristeza. Este é um dos principais motivos que observamos no compartilhamento de *tweets* com o público de *The Walking Dead*. Um segundo motivo para compartilhamento seria a percepção de pertencimento a um grupo de pessoas interessadas no mesmo assunto (SCHIRRA, SUNHUAN, BENTLEY, 2014), não sendo limitado somente por amigos ou conhecidos, mas outras pessoas do mesmo país tendo a mesma experiência televisiva.

Nossa tecnologia continua a encontrar maneiras de atrair nossa atenção, porque é isso que traz “olhos”, e a sabedoria de marketing comum é que os globos oculares trazem dinheiro. Ao olhar para o seu iPhone, você verá pequenos círculos vermelhos com números brancos indicando que algo está à sua espera: quatro mensagens de e-mail não lidas, dez notificações do Facebook e muitos

⁴⁵ Disponível em: <<https://twitter.com/cleytu/status/790370724519305217>> Acesso em: 04/03/2019

⁴⁶ Disponível em: <<https://twitter.com/Itspredito/status/790371532480638976>> Acesso em: 04/03/2019

⁴⁷ Disponível em: <<https://twitter.com/GuaxinimGamer/status/790370992753442816>> Acesso em: 04/03/2019

lembretes de que sua mente está sobrecarregada com qual ícone tocar primeiro. O seu iPad faz o mesmo, assim como o seu laptop, que particularmente o insulta com notificações numéricas de mensagens não lidas, ícones piscando informando que você precisa fazer backup dos arquivos do seu computador e assim por diante.⁴⁸(GAZZALEY; ROSEN, 2016, p.110).

As redes sociais como o *Twitter* tentam chamar a atenção dos espectadores televisivos e de seus outros usuários: um comentário interessante sobre o que está acontecendo na narrativa de *TWD* pode garantir curtidas ou comentários de outros espectadores, instigando uma maior participação dos fãs no ato de assistir a série, seguindo a grade televisiva, e comentar quase que simultaneamente sobre o que se está assistindo.

O personagem Glenn está presente na série desde o segundo episódio da primeira temporada, criando uma relação com o público e virando um dos protagonistas favoritos. Como podemos ver nas figuras 03 e 04, os espectadores mostram suas confusões e desolações com a morte do personagem. Na figura 04, o internauta @itspedrito ainda declara que preferia que tivessem matado outro personagem, o pastor Gabriel Stokes (interpretado por Seth Gilliam), e tivessem deixado o Glenn vivo.

A surpresa de sua morte vem por que Glenn Rhee sempre buscou ser justo e salvar outros sobreviventes ao apocalipse, mesmo que isso colocasse sua vida em risco. Era casado com Maggie Greene (interpretado por Lauren Cohan), a qual está grávida de seu filho no episódio. E a figura 05 ilustra o quão mal e triste os espectadores ficaram com a morte de Glenn, o internauta @GuaxinimGamer faz uma alusão a estar doente e precisar tomar soro.

a maioria dos espectadores conhece os preceitos básicos da narrativa em série que estabelecem expectativas para os personagens - mais crucialmente, todos nós supomos que os personagens principais estão fadados a permanecer em seus programas e seria improvável eles morrerem ou deixarem a narrativa, a menos que sejam motivados por fatores fora da tela. Isto é particularmente verdadeiro para personagens de título, já que não podemos imaginar *Seinfeld* sem Jerry ou *House, M.D.* sem o Dr. House. Mas os telespectadores geralmente presumem que o elenco central de personagens será uma base estável ao longo de uma série, e é bastante excepcional quando os personagens principais partem de uma série, a menos que seja para seu próprio spin-off. Para histórias com riscos de vida ou morte, esse conhecimento aprimora nossas experiências narrativas, pois assumimos um grau de segurança de caráter que vai de encontro a ameaças e perigos dentro *storyworld*.⁴⁹ (MITTELL, 2015, p.123).

⁴⁸ “Our technology continues to find ways to attract our attention because this is what brings “eyeballs,” and the common marketing wisdom is that eyeballs bring money. As you glance at your iPhone you see little red circles with white numbers indicating that something awaits you: four unread email messages, ten Facebook notifications, and so many reminders that your mind is overwhelmed with which icon to tap first. Your iPad does the same, as does your laptop, which particularly taunts you with numerical notifications of unread messages, flashing icons telling you that you need to back up your computer files, and on and on” Tradução do autor

⁴⁹ “most viewers know basic precepts of serial storytelling that set expectations for characters — most crucially, we all assume that main characters are bound to stay on their programs and highly unlikely to die or depart the story, unless motivated by off-screen factors. This is particularly true of title characters, as we cannot imagine

Em *The Walking Dead* os personagens principais nunca estão seguros, por conta do ambiente pós-apocalíptico que se passa a narrativa, logo no começo de um episódio os espectadores já podem estar se remoendo, nas redes sociais, pela possível futura perda de um personagem, mesmo antes dela ocorrer na narrativa. O grau de segurança do personagem, como Mittell escreve, vai de encontro com o *storyworld* da série, e os espectadores se ajustam e aprimoram suas experiências narrativas de acordo com este risco de perder um personagem querido.

Pelo que vemos nos *tweets* compartilhados (figuras 3,4 e 5), Glenn morreu de maneira surpreendente para o público. Sua morte foi pelas mãos do antagonista das últimas 3 temporadas, conhecido como Negan, o qual cercou os protagonistas em uma emboscada com ajuda de seus capangas. E atacou Glenn com um taco de beisebol, esmagando seu crânio até resultar em sua morte, tudo isso para ensinar e mostrar quem está no poder.

FIG. 6 – *Tweet* de @humdaora⁵⁰



FONTE: *Twitter*

Seinfeld without Jerry or House, M.D. without Dr. House. But viewers usually assume that the core cast of characters will be a stable foundation throughout a series run, and it is quite exceptional when main characters depart a series unless it is for their own spin-off. For stories with life-or-death stakes, this knowledge colors our narrative experiences, as we assume a degree of character safety that runs counter to threats and dangers within the storyworld.” Tradução do autor

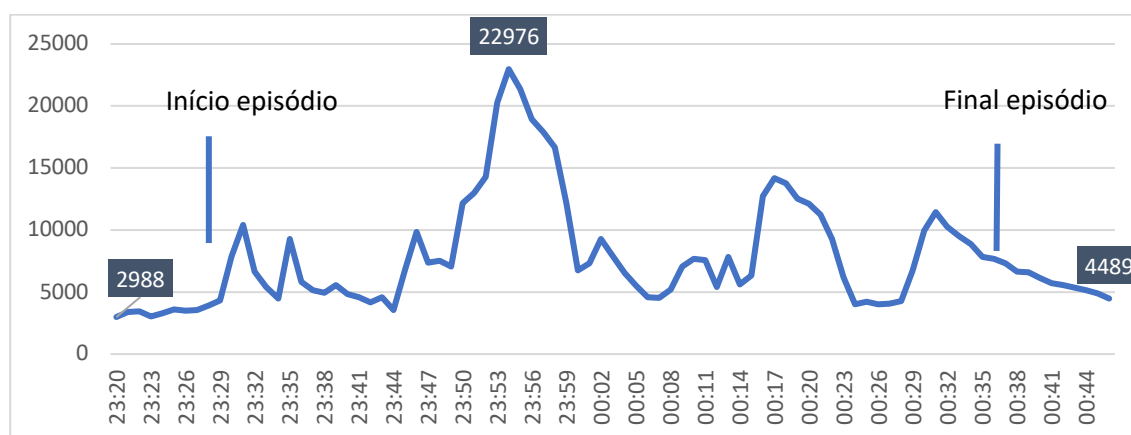
⁵⁰ Disponível em: <<https://twitter.com/humdaora/status/790382308561981441>> Acesso em: 11/01/2019

A cena e morte do protagonista chocam os espectadores e essas sensações, por parte do público, criam a necessidade de compartilhar e mostrar sua desolação junto aos outros fãs. Uma técnica para atingir os fãs de Glenn, foi a inserção de uma cena pelos produtores de *The Walking Dead*, no episódio em questão, mostrando como seria o futuro dos personagens se Glenn estivesse vivo. A cena foi compartilhada, figura 06, pelo internauta @humdaora ilustrando em texto que a cena “DOEU DEMAIS”. Glenn pode ser visto na ponta da mesa, segurando seu ainda não nascido filho, usando uma blusa cinza.

Analisaremos como os espectadores de *The Walking Dead* e suas ações nas redes sociais influenciam o consumo seguindo a grade televisiva em sua primeira transmissão, realizando uma análise comparativa entre características da tradicional televisão ao vivo e a série *The Walking Dead*. Os *tweets* apresentado são analisados como um estudo de caso, não vamos explorar todas as mensagens e seus conteúdos no *Twitter*, somente os tópicos que estejam relacionados com nossa análise, mas em Anexo encontram-se todos os *tweets*.

O episódio, utilizado como exemplo anteriormente - *The Day Will Come When You Won't Be*, teve uma transmissão de 67 minutos, com início às 23:30 horário de Brasília.

GRÁFICO 1 – Números de *tweets*, dia 23/10/2016, das 23:20 às 00:44. Filtro em *The Walking Dead*.



FONTE: *Twitonomy e Twitter*

O gráfico representa o número de mensagens enviadas a cada três minutos, nós analisamos dez minutos antes da transmissão, durante o episódio e dez minutos depois. Constatamos um aumento no número de mensagens postadas no *Twitter* após o início do

programa, um crescimento por volta de 23:44 e 23:47 quando um personagem secundário é assassinado. E um pico de mensagens entre 23:53 e 23:56, com um total de 22.976 mensagens, momento exato que Glenn é atacado e assassinado pelo vilão, ilustrando a atenção dos espectadores a cada acontecimento e como a morte ou uma cena chocante leva o compartilhamento de mensagens. Após o final do episódio às 00:36, os espectadores param de comentar com tanto fervor sobre o que foi assistido.

O gráfico 1 ilustra a popularidade do objeto em análise e permite entendermos que sim, os espectadores estão acompanhando e compartilhando suas sensações e opiniões com base em cada acontecimento específico que foi transmitido na televisão: “Os espectadores assistem programas complexos em parte para ver ‘como eles farão isso?’”(MITTELL, 2015, p.43)⁵¹. Para os espectadores o que é transmitido é considerado como tempo real, mesmo quando estes entendem que aquela cena não está acontecendo naquele exato momento, entretanto as reações e interações com outros espectadores no *Twitter* são ao vivo. Isso que caracteriza este *como se fosse ao vivo* televisivo, o sentimento do público em relação à narrativa e às mensagens compartilhadas a cada minuto ou acontecimento.

Este compartilhamento de mensagens, ou seja, a convergência do conteúdo televisivo, acarreta na presença de *spoilers* disponíveis para todos os fãs que acessarem o *Twitter* durante a transmissão de um episódio de *The Walking Dead*. A série sempre buscou em sua narrativa gerar conversas entre fãs e criar um certo interesse junto ao espectador, e a relação entre o *como se fosse ao vivo* e os *spoilers* é presente principalmente na *Social TV*, um ambiente onde os fãs podem conversar em tempo real sobre os acontecimentos na série e evitarem *spoilers*, já que todos espectadores estão assistindo ao episódio no mesmo momento.

1.2.4 O AO VIVO PRESENTE EM FICÇÕES SERIADAS

Somente este novo hábito não classificaria *The Walking Dead* como estando na primeira variação do ao vivo televisivo, conforme apresentado nas páginas 28 e 29, na seção 1.1. É importante olharmos o que define um conteúdo ao vivo, e buscarmos essas características no *corpus* da dissertação. Utilizaremos como autor principal, desta análise comparativa, Arlindo Machado e seu livro “A Televisão Levada a Sério”, por serem referências, para estudos acadêmicos, sobre a televisão.

⁵¹ “watch complex programs in part to see ‘how will they do it?’” Tradução do autor

Como apontamos, no exemplo do episódio *The Day Will Come When You Won't Be*, o personagem Glenn morreu de forma surpreendente, influenciando o público a compartilhar suas emoções e surpresas. Como público, esperamos que os protagonistas não morram, queremos que exista uma proteção sobre eles, mas em *The Walking Dead*⁵² não existe esta segurança. Para Machado, pesquisador do programa de pós-graduação da PUC-SP e da ECA-USP, “toda transmissão em tempo real e presente inclui um certo elemento de *suspense*, na medida em que as coisas podem não ocorrer como planejadas. O melhor da televisão ao vivo acontece quando o imponderável se impõe sobre o programado” (MACHADO, 2000, p.141), esta mesma característica pode ser enxergada na narrativa de *The Walking Dead*, quando a combinação de uma trama com acontecimentos inesperados e a experiência do *live-tweeting* proporcionem uma experiência similar à de ao vivo. Aqui queremos atualizar as ideias de Machado, para um contexto midiático diferente de quando o autor escreve sua obra.

Os roteiristas do programa sabem o que vai acontecer com todos os personagens, mas para o público o elemento de suspense é o que instiga o compartilhamento de mensagens. Não existem garantias de como o público irá receber o episódio e trama transmitida. O elemento de surpresa, apontado por Machado, é um dos pontos principais deste *como se fosse ao vivo*: os espectadores buscam participar e compartilhar seus sentimentos em relação a trama, principalmente quando o fato ocorrido na série é inédito ou inesperado.

A Internet tomou forma como um lugar ativo para discursos sobre a televisão [e seus conteúdos], paratextos com *frames* tornaram-se mais importantes, visto que um espectador pode estar frequentando sites de discussão, wikis, conversas no Twitter ou procurando *spoilers* em momentos antes, durante e depois de assistir [aos programas], tudo isso altera substancialmente as experiências de compreensão da narrativa⁵³ (MITTELL, 2015, p.165).

Então, mesmo em uma série como *The Walking Dead*, se comparado a uma partida de futebol, ainda apresenta características de um conteúdo ao vivo, “a reflexão do telespectador, por se dar *ao vivo*, ou seja, num processo que ainda está em andamento pode tomar a forma de ação política e, em alguns (mas não poucos) casos, resultar em mobilização” (MACHADO, 2000, p.129). O conteúdo não é ao vivo, mas a reação do público sim. Mesmo, que os espectadores de *The Walking Dead* não tomem ações políticas, podem acontecer mobilizações

⁵² A morte de protagonistas não é exclusiva de *The Walking Dead*, existem filmes do período clássico do cinema ou outras séries televisivas que já organizaram a morte de seus personagens principais. Mas, a cena e acontecimento tem este caráter de choque que buscamos no *Twitter*.

⁵³ “Internet has emerged as an active place for discourse about television, paratextual frames have become more important, meaning that a viewer might be frequenting discussion sites, fan wikis, or Twitter conversations or searching for spoilers in moments before, during, and after viewing, all of which substantially change the experiences of narrative comprehension” Tradução do autor

após a transmissão ou mesmo durante de um episódio, como aconteceu após a morte de Carl (interpretado por Chandler Riggs), um dos protagonistas, e diversos fãs iniciaram uma petição online para demitir o produtor executivo da série, que tomou a decisão de “matar” o personagem.⁵⁴

Uma característica, do ao vivo, que seria impossível considerarmos no produto seriado é dada quando “os realizadores devem dar consistência ao material no mesmo momento em que esse material ainda está sendo tomado e sem ter condições de pré-visualizar os resultados antes que o produto chegue ao receptor” (MACHADO, 2000, p.130). Na série televisiva *The Walking Dead* não existe o ao vivo para os produtores ou realizadores, pois o conteúdo é gravado semanas ou meses antes de ir ao ar, entretanto, se pensarmos na visão do público espectador mais ativo, este assiste ao conteúdo no momento da primeira transmissão televisiva, a qual segue o horário da grade de programação, e em seguida ou quase que ao mesmo tempo compartilha suas opiniões nas redes sociais.

Essa condição ou hábito engloba a ideia de dar consistência e reutilização do conteúdo televisivo no mesmo momento de sua transmissão. O público recria e transmite suas sensações com base no conteúdo disponível para ele, em formato de texto, áudio, montagens e cenas da série:

FIG. 7 Tweet de @w4lkersofredor⁵⁵



FONTE: *Twitter*

⁵⁴ Para saber mais acesse: <<https://omelete.com.br/series-tv/noticia/the-walking-dead-fas-fazem-peticao-para-demitir-produtor-apos-morte-de-personagem/>> Acesso em: 04/03/2019

⁵⁵ Disponível em: <<https://twitter.com/w4lkersofredor/status/790381292617666560>> Acesso em: 04/03/2019

FIG. 8 – *Tweet* de @tirinhasdokino⁵⁶

FONTE: *Twitter*

Nos exemplos, conseguimos visualizar fãs compartilhando, no momento da transmissão do primeiro episódio da oitava temporada, *tweets* utilizando cenas de *The Walking Dead* (fig.7) e de outros objetos audiovisuais⁵⁷ (fig.8). O público cria e compartilha materiais sobre o que se está assistindo, de maneira simultânea à transmissão, antes mesmo de terem visto o episódio completo e conclusões de *plots* e tramas. O ato de compartilhar rapidamente, tirando conclusões rápidas e prévias ao final do episódio, podem ser consideradas como ao vivo. Essa instantaneidade do ao vivo não existe na etapa de produção de *The Walking Dead*, mas está presente na recepção do público.

A figura 8 ilustra uma possibilidade interessante para a dissertação, a possibilidade ou busca de conversar com os roteiristas, atores e personagens ficticiais utilizando o *Twitter*, o internauta Tirinhas do Kiko ‘envia uma mensagem’ aos roteiristas de *The Walking Dead* reclamando do desfecho e acontecimentos do episódio em análise. Como se estes roteiristas tivessem a possibilidade de modificar a narrativa e evitar a morte de Glenn. Esta possibilidade que o *Twitter* trouxe aos espectadores será apresentada no capítulo 2.

Como parte de nossa conclusão, para o capítulo 1, apontamos que nem todas as características da televisão ao vivo, refletem este *como se fosse* que defendemos, pois, “Na televisão ao vivo (...) não é necessária (nem é possível) qualquer manipulação para que o tempo do material significante coincida com o tempo do evento: essa é justamente a condição da operação ao vivo” (MACHADO, 2000, p.138), em narrativas gravadas anteriormente, a

⁵⁶ Disponível em: <<https://twitter.com/tirinhasdokino/status/790384002028933125>> Acesso em: 04/03/2019

⁵⁷ A imagem presente no *tweet* é da série *How to Get Away with Murder* (American Broadcasting Company, 2014 – atualmente)

transmissão, a manipulação por meio da edição ou omissão de fatos é um elemento comum. Esta, manipulação, é o que cria o suspense e tensão necessária para prender a atenção do público e fazê-los compartilhar, se todas informações fossem disponibilizadas em tempo real, não teria motivo (quando pensamos em séries televisivas) de assisti-las por completo.

A ideia que apresentamos neste capítulo está em constante mudança, junto com suas audiências e as novas convergências dos conteúdos televisivos em diferentes mídias. Conversar com as novas audiências é criar um senso de ao vivo em constante mudança, para cada episódio e acontecimento, os programas precisam se distanciar de ‘algo falso’, e criarem sentimentos que transmitam a sensação do ao vivo.

Este *como se fosse ao vivo*, que defendemos, “nesse caso, diz respeito não à produção do conteúdo, mas a sua forma de transmissão” (CAMPANELLA, ALMEIDA, 2017, p.9). Mesmo, conteúdos seriados gravados previamente, mas que possuam uma primeira transmissão de maneira única, para grande parte do público, podem possuir características de uma transmissão ou programa ao vivo.

2. O FENÔMENO DO *LIVE-TWEETING*

Realizar postagens e gerar conversas com outros usuários na rede social *Twitter* é uma prática cada vez mais comum, como vimos no primeiro capítulo, e quando esta atividade ocorre sincronicamente a grade televisiva e o assunto conversado é uma série televisiva, a atividade é categorizada como *live-tweeting*. A criação de um espaço social o qual permite que usuários do *Twitter* de diferentes localizações e grupos de amizades se encontrem, de maneira digital, é o foco deste capítulo.

Buscamos apresentar o que permeia no fenômeno do *live-tweeting* e trazer casos de diferentes produtos audiovisuais televisivos na *Social TV*. Com objetivo de mapear a principal plataforma que possibilitou este *como se fosse ao vivo*. Como apresentado no último capítulo a televisão mudou, e novas práticas de consumo audiovisual ao vivo surgiram.

O crescimento da presença de DVDs, DVRs, *streaming* e download mudou a televisão do modelo de transmissão programa para modelos alternativos de consumo, nos quais os espectadores *maratonam* séries, atualizam-se das temporadas antigas, depois de começarem a assistir em temporadas mais atuais, e frequentemente re-assistem a episódios; esses padrões variados de tempo de exibição podem ou não incluir intervalos para publicidade ou entre episódios⁵⁸ (MITTELL, 2015, p.165).

Mittell apresenta alguns aspectos dessa mudança na televisão, dando destaque para o *streaming*⁵⁹ e consumos fora do horário estipulado da grade de programação. Em nosso primeiro capítulo ilustramos com a análise de dados do *Twitter* e a série *The Walking Dead*, que os espectadores de uma série televisiva, também, se organizam para assistir aos seus programas preferidos ao mesmo tempo que outros fãs, buscando conversar sobre cada acontecimento e trama do episódio transmitido, não importando a localização ou distância entre estes espectadores. Essa interação entre fãs e agendamento para assistir ao mesmo produto audiovisual de maneira síncrona cria um senso de uma série televisiva ser ao vivo.

Por exemplo, séries como *The Walking Dead* são transmitidas, em sua primeira exibição, regularmente aos domingos no horário nobre ou *prime time* televisivo norte americano. Este modelo de consumo unidirecional é diferente dos serviços de conteúdo

⁵⁸ “the rise of DVDs, DVRs, streaming, and downloading has shifted television from the schedule-dominated model of broadcasting to alternative consumption patterns in which viewers binge on series, catch up from earlier seasons after starting midway through, and frequently rewatch episodes; such varying screen-time patterns may or may not include breaks for advertising or between episodes” Tradução do autor

⁵⁹ *Streaming* – Modelo de distribuição digital, através da internet. A diferença de realizar um download para o streaming é que no primeiro modelo as informações ficariam armazenadas no computador ou dispositivo do usuário. Já no streaming as informações ficam na nuvem e somente são reproduzidas.

audiovisual *on demand* (MITTELL, 2015, p.165), por meio dos quais é possível o espectador escolher quando, como e onde assistir aos programas, seguindo ou não o fluxo contínuo televisivo. No caso de *The Walking Dead* a transmissão segue uma grade de programação, elaborada por meio de um fluxo temporal e regular, organizando seus fãs e espectadores no mesmo horário.

O modelo *on demand* tem seu início no VHS e DVD, mas é a internet que acelera o consumo de conteúdos VOD (*video-on-demand*), principalmente após os anos 2010 no Brasil com o crescimento do acesso à internet, que é “um meio predominantemente de arquivo. É claro que ela pode ser usada para exibir fluxos, mas não estaria fazendo o seu melhor, o seu específico” (CANNITO, 2010, p. 50). O consumo audiovisual em navegadores de internet demanda ação: um clique, uma busca em navegadores digitais, o download de conteúdo, isso porque a internet em si é um grande arquivo de informações, existem muitos conteúdos e não há uma regra de categorização única.

Uma empresa que buscou inovar no modelo de consumo audiovisual foi a *Netflix*, criando um catálogo de filmes e séries que podem ser acessados via *streaming* digital. Para criar um novo tipo de fluxo, quase que um concorrente do fluxo da *broadcast TV*, a *Netflix* disponibiliza temporadas inteiras de suas séries de uma só vez, portanto, os usuários podem ver 10 ou mais episódios em um único dia, evitando a necessidade de esperar um horário ou dia específico para assistir ao episódio ou série.

A *Netflix* procura criar um fluxo contínuo de séries para seus usuários, depois de cada episódio a que os usuários assistem, o próximo se inicia automaticamente após alguns segundos, mantendo sempre o espectador em contato com o serviço de *streaming* e produtos audiovisuais, não existe por exemplo um intervalo comercial entre e durante o ato de assistir à *Netflix*. O hábito e serviços de *streaming* criam uma sensação de imersão e permitem assistir a vários episódios de maneira contínua, ato conhecido como *binge-watching*⁶⁰, uma espécie de maratona audiovisual.

Porém, em conteúdos produzidos e disponibilizados pela *Netflix*, os usuários podem assisti-los a qualquer momento, ou seja, não existe um período único em que todos os espectadores estão conectados juntos, como exemplificamos na página 26 e 27, com as séries *Better Call Saul* e *Dark*, séries com narrativas complexas e *fandom* ativo, mas que não possuem a distribuição de seus conteúdos no fluxo da grade televisiva. Para o que buscamos analisar,

⁶⁰ *Binge-watching*: significa assistir uma série numa tacada ou de uma vez só, como uma maratona. O termo *binge-watching* é recente e vem do inglês *binge*, que traz a ideia de uma ação de consumo em excesso, de fazer muita coisa num curto espaço de tempo.

este *como se fosse ao vivo*, é imprescindível existir interação em tempo real entre os usuários de uma rede social, utilizando como base um programa televisivo, ou seja, a *Social TV*. Ao seguir a grade de programação as séries ficcionais televisivas podem direcionar seus espectadores para um único momento e, por meio das redes sociais, agrupá-los em um único ambiente. Isso é a caracterização da *Social TV* em conjunto ao ato de *live-tweeting* que buscamos mapear na dissertação.

No âmbito da social TV quatro características da arquitetura informacional do Twitter contribuem para que o microblogging seja a plataforma central do fenômeno. São elas: a temporalidade *always on*, o foco da interação social, a indexação de ideias em torno das hashtags e a limitação do espaço textual. (SIGILIANO, 2017, p.100).

Para entendermos mais a fundo, vamos apresentar alguns exemplos que ilustram a prática da *Social TV*, estudada por Daiana Sigiliano. Entendemos que o modelo de arquitetura da informação no *Twitter* instiga a ocorrência da *Social TV*, por meio do *live-tweeting*, e uma evolução do efeito *watercooler* se faz mais presente no *Twitter* que em outras redes sociais. No decorrer deste capítulo, iremos explorar quais características, além das destacadas por Sigiliano, que fazem dessa rede tão importante para nossa análise e modelo de consumo da *Social TV*.

Diferentes redes sociais estão possibilitando um maior alcance das mensagens postadas pelos espectadores de séries televisivas, sendo o *Twitter* um dos principais canais, para o hábito de discutir sobre algo que se está assistindo na televisão:

a era da convergência das mídias permite modos de audiência comunitários, em vez de individualistas. Contudo, nem todo consumidor de mídia interage no interior de uma comunidade virtual, ainda; alguns apenas discutem o que veem com amigos, com a família e com colegas de trabalho. Mas poucos assistem à televisão em total silêncio e isolamento. Para quase todos nós, a televisão fornece material para a chamada conversa na hora do cafezinho. E, para um número crescente de pessoas, a hora do cafezinho tornou-se digital (JENKINS, 2009, p.53-54).

Portanto, a possibilidade de compartilhar conteúdos, sejam de autoria própria ou de outros, abriu novas possibilidades no âmbito da comunicação televisiva, trazendo a sala de estar para as redes sociais. Como Pieniz (2015, p.214) explica em seu artigo na Revista *MATRIZES*, o *Twitter* criou uma possibilidade de o receptor virar produtor e assim conseguir criar e atingir sua própria audiência, utilizando assuntos presentes, inicialmente, em meios tradicionais como a televisão.

‘Social TV’ é o termo utilizado para descrever a atual integração da interação nas mídias sociais e com a programação televisiva. A social tv tem buscado recapturar (ou retransmitir) os primórdios da televisão, quando as famílias se

reuniam em suas casas para compartilhar a experiência de assistir televisão juntas. Nos últimos anos, as comunidades em redes sociais, como fóruns, Twitter e Facebook, tornaram-se o novo *watercooler* virtual para os telespectadores atuais e especialistas em tecnologia.⁶¹ (HILL; BENTON, 2012, p.1).

Citado, também, pelos pesquisadores Hill e Benton, o *Twitter* é uma das redes sociais mais populares para consumo simultâneo de programas televisivos na *Social TV*. Em uma pesquisa do portal de análises estatísticas, o *Statista*, resultados mostram que em média no primeiro trimestre de 2018 a rede social teve 336 milhões de usuários ativos de maneira global⁶², e grandes institutos de pesquisa e consumo, como Kantar Ibope Media⁶³ e Nielsen⁶⁴, trabalham com soluções para mensurar esta relação entre internet e televisão. Ilustrando ao alcance da rede social e como grandes empresas visualizam a presença da *Social TV* nela.

O *Twitter* é uma rede social ou serviço de *microblogging*, o qual permite, por meio de um cadastro, que seus usuários postem e leiam mensagens nomeadas *tweets*, as quais são escritas com um máximo de 280 caracteres. Além de mensagens em formato de texto, seus usuários podem compartilhar *tweets* em formato de imagem, GIF⁶⁵, realizar pesquisas, adicionar localização, urls para sites ou vídeos em canais como *YouTube*. E permitindo, também, a realização de transmissões em vídeo de forma ao vivo e enquetes rápidas. Os *tweets* podem ser enviados via mensagem para usuários específicos ou podem ser postados de forma pública, sendo assim todos têm acesso ao conteúdo. Esta maneira pública e transparente de criação de conteúdo foi um dos grandes diferenciais do *Twitter*, e possibilitou chegar à marca de uma das redes sociais mais utilizadas no século XXI, pontos que aprofundaremos no decorrer do capítulo.

Trazendo um pensamento mais analítico para a dissertação, visamos explicar quais características no *Twitter* influenciam na criação do *como se fosse ao vivo*. A popularidade do *Twitter* se dá presente por alguns pontos: velocidade de atualização das postagens, *feed* de

⁶¹ “‘Social TV’ is the term used to describe the current integration of social media interaction with television programming. Social television has sought to recapture the early days of television, when families gathered in their homes to share the experience of watching television together. Over the past several years, online social media communities such as message boards, Twitter, and Facebook have become the new virtual water cooler for today's tech-savvy television viewers” Tradução do autor

⁶² Dados *Twitter* – *Statista*. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/282087/number-of-monthly-active-twitter-users/>> Acesso em: 04/03/2019

⁶³ Kantar Ibope Media – relação televisão e internet. Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/kttr-type/>> Acesso em: 04/03/2019

⁶⁴ Nielsen – relação televisão e internet. Disponível em: <<http://www.nielsensocial.com/socialcontentratings/weekly/>> Acesso em: 04/03/2019

⁶⁵ GIF - um formato de imagem com movimento, muito usado na internet

mensagens cronológico, mensagens rápidas e com poucos caracteres, palavras-chaves para organização dos conteúdos, *fandom* de séries televisivas e transparência em conteúdos públicos.

A velocidade e quantidade de caracteres por *tweet* podem ser explicadas juntas, ambas características definem a rede social *Twitter*. Sem suas mensagens rápidas e um *feed* com atualização, quase que automática, não existiria a velocidade necessária para consumo simultâneo de *tweets* e acompanhamento de séries televisivas. Para ilustrarmos a quantidade de mensagens postadas na rede social, em julho 2017 foram postadas 456.000 mensagens por minuto no *Twitter* globalmente.⁶⁶

nós costumávamos ler, agora nós deslizamos. Onde costumávamos escrever, agora usamos fragmentos encurtados para transmitir nossos pensamentos. Escreva uma carta? É muito mais fácil fechar um breve texto ou uma mensagem de e-mail. Quando o Twitter apareceu pela primeira vez, costumávamos balançar a cabeça com a impossibilidade de colocar nossos pensamentos em "apenas" 140 caracteres. Agora isso parece normal e se encaixa no nosso estilo de vida de troca de tarefas.⁶⁷ (GAZZALEY; ROSEN, 2016, p.112).

No capítulo anterior apresentamos um exemplo com a série *The Walking Dead*, no episódio intitulado: *The Day Will Come When You Won't Be*, transmitido no ano de 2016 durante a sétima temporada da série, tivemos um pico de mais de 22 mil mensagens, compartilhadas no *Twitter*, em somente três minutos. Ilustrando que o ritmo individual acelerado nas postagens é uma prática quase que natural, ou seja, de uma possível fácil realização, para os espectadores de *The Walking Dead* e outras séries com características similares.

O “tweet” é indiscutivelmente a contribuição mais distinta do Twitter para a cultura online; uma frase limitada a 140 caracteres sinalizada por uma hashtag se tornou um formato global para comentários on-line. Esta nova forma cultural já é adotada em grande escala fora da plataforma original propriamente dita, por exemplo em jornais e na televisão. A sintaxe concisa e o comprimento delimitado tornam o tweet praticamente sinônimo de uma citação - uma citação de uma fonte para a qual a autenticação reside na plataforma, não no jornalista. Além de estar presente em noticiários e notícias, o tweet surgiu como uma forma cultural inspiradora de poetas e autores literários.⁶⁸ (DIJCK, 2013, p.76).

⁶⁶ Número de mensagens por minuto. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/195140/new-user-generated-content-uploaded-by-users-per-minute/>> Acesso em: 04/03/2019

⁶⁷ “we used to read, we now skim. Where we used to write, we now use shortened fragments to convey our thoughts. Write a letter? It’s much easier to zip off a brief text or an email message. When Twitter first appeared we used to shake our head at the impossibility of putting our thoughts into “only” 140 characters. Now this appears normal and fits our task-switching lifestyle.” Tradução do autor

⁶⁸ “The “tweet” is arguably Twitter’s most distinctive contribution to online culture; a sentence limited to 140 characters flagged by a hashtag has become a global format for online public commentary. This new cultural form has been adopted widely outside the platform proper, for instance in newspapers and on television. Its

Como Dijck coloca, o formato do *tweet* acabou se tornando um modelo de texto global, dentro e fora da cultura online. Ilustrando a importância deste para a comunicação de conteúdos rápidos, como por exemplo, acontecimentos específicos dentro de uma cena de *The Walking Dead*. Somente atualizaremos a informação no texto do autor, onde é apresentado uma limitação de 140 caracteres por *tweet*, considerem para 2017 em diante um limite de 280 caracteres, característica que foi atualizado pelos detentores do *Twitter*⁶⁹.

O *tweet* e o *Twitter* “Podem também ser utilizados para manter a lembrança ou acontecimento em uma série televisiva, durante janelas semanais entre os episódios ou entre temporadas, por exemplo”⁷⁰ (HARRINGTON; HIGHFIELD; BRUNS, 2013, p.407). Mesmo esta afirmação não tendo relação com a transmissão ao vivo, é importante para entendermos e lembrarmos o leitor que espectadores ‘estimulados’ e interessados nos acontecimentos do programa vão criar teorias e tentar descobrir o que vai acontecer no próximo episódio, e estes estão mais sujeitos a compartilharem suas opiniões no *Twitter*.

Em uma série televisiva semanal e organizada por temporadas, como *TWD*, a maior parte das mensagens postadas no *Twitter* são simultâneas à transmissão televisiva, mas quanto mais próximo da data pós-exibição, as mensagens e conteúdos publicados no *Twitter* podem conter *spoilers*, pois os espectadores estão compartilhando mensagens e teorias com seu foco nas novidades apresentadas na narrativa da última semana. Quanto mais tempo se passa após a transmissão, mais mensagens estarão sujeitas a terem *spoilers*.

No episódio *The Day Will Come When You Won't Be*, o primeiro da sétima temporada e o qual analisamos as reações em tempo real, durante o primeiro capítulo da dissertação, tivemos a morte de dois personagens Glenn e Abraham (interpretado por Michael Cudlitz), informação que pode ser considerada como *spoilers* na visão dos espectadores que ainda não assistiram o episódio. Para ilustrar esta relação entre tempo pós-transmissão e aumento de *spoilers*, recorreremos ao *Twitter* e analisamos algumas mensagens do dia 24/10/2016, um dia após a transmissão:

concise syntax and delimited length render the tweet virtually synonymous with a quote—a citation from a source for which authentication resides with the platform, not the journalist. Aside from figuring in the news, the tweet has emerged as a cultural form inspiring poets and literary authors” Tradução do autor

⁶⁹ Aumento de caracteres *Twitter*. Disponível em:

<<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2017/11/07/twitter-oficializa-aumento-de-limite-para-280-caracteres.html>> Acesso em: 04/03/2019

⁷⁰ “It may also be used to maintain a show’s momentum in between weekly screenings or between the seasons, for example” Tradução do autor

FIG. 09 – Mensagem postada pela página oficial de *The Walking Dead* no Brasil⁷¹

FONTE: *Twitter*

A página @TWDBrasil postou um link para uma matéria, comentando os principais acontecimentos do episódio da noite anterior, incluindo um aviso em caixa alta: “COM SPOILERS”. Este tipo de conteúdo aparece com maior frequência no decorrer da semana, a medida que novas teorias e análises são feitas pelo *fandom* de *TWD*.

FIG. 10 – Mensagem postada pelo espectador @itspedrito⁷²

FONTE: *Twitter*

⁷¹ Disponível em:

<https://twitter.com/TWDBrasil/status/790379885361528832?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed&ref_url=https%3A%2F%2F> Acesso em: 04/03/2019

⁷² Disponível em:

<https://twitter.com/Itspedrito/status/790385032846315522?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed&ref_url=https%3A%2F%2F> Acesso em: 04/03/2019

No mesmo dia, 24/10/2016, o fã com nome PEDRAO postou uma mensagem avisando que quem não quiser ser impactado por *spoilers* de *The Walking Dead*, deve ‘sair da internet’ por 3 dias, e a usuária Professora Helena comentou, exageradamente, que ela vai continuar falando dos acontecimentos até o próximo ano. Essas mensagens confirmam a presença de *spoilers* durante um tempo após exibição do episódio, não somente no ato de *live-tweeting*.

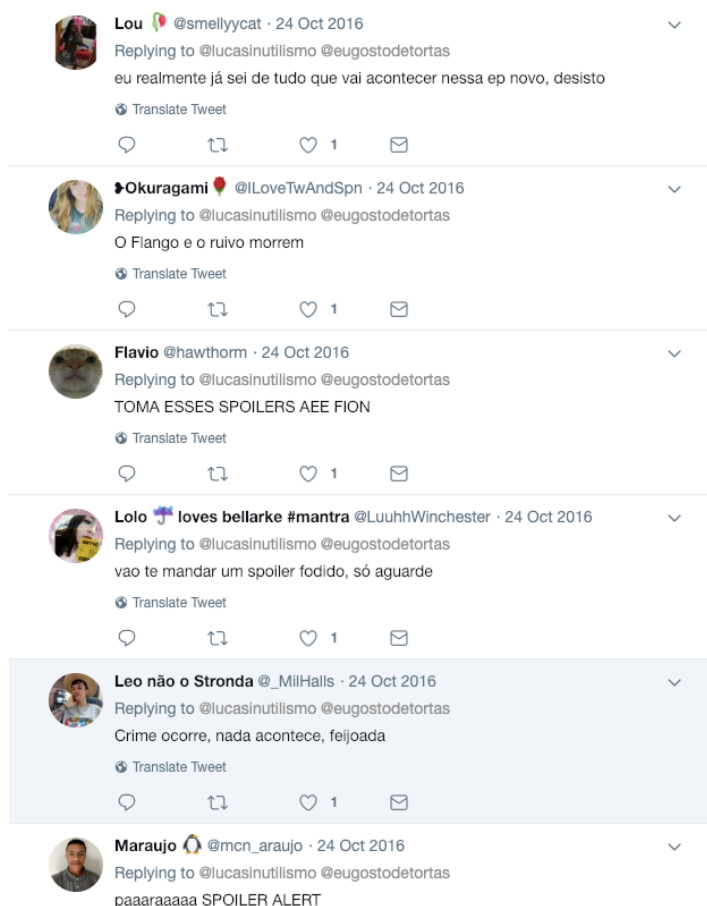
Para um espectador de séries televisivas complexas que contemplem um *fandom* ativo em redes sociais, é quase que imprescindível assistir aos episódios no momento de sua transmissão original, pois os demais espectadores vão estar online e postando mensagens com *spoilers*. Quanto mais perto do momento original de transmissão, menos *spoilers* um espectador da série receberia.

FIG. 11 – Mensagem postada pelo espectador @lucasinutilismo⁷³



FONTE: *Twitter*

⁷³ Disponível em: <<https://twitter.com/lucasinutilismo/status/790386035490426880>> Acesso em: 04/03/2019

FIG. 12 – Respostas a mensagem postada pelo espectador @lucasinutilismo⁷⁴

FONTE: *Twitter*

O internauta Lucas Vinícius, fã de *The Walking Dead* e *youtuber*⁷⁵, compartilhou em seu perfil do *Twitter* que iria se afastar das redes sociais até assistir o novo episódio de *TWD*, procurando evitar encontrar *spoilers* sobre a trama. Outros usuários como a Natalia Lopes responderam a postagem, dizendo que o Glenn e Abraham morreram, o principal acontecimento e surpresa narrativa do episódio *The Day Will Come When You Won't Be*. Na figura 12 o internauta Lou, comentou no *tweet* do Lucas e escreveu, com tom de tristeza: “eu realmente já sei de tudo que vai acontecer nesse *ep novo*, desisto”, ilustrando a dificuldade dos fãs que não assistem aos episódios da série seguindo a primeira transmissão e grade televisiva. Estas mensagens auxiliam nossas análises para compreender o que motiva esse

⁷⁴ Disponível em: <<https://twitter.com/lucasinutilismo/status/790386035490426880>> Acesso em: 04/03/2019

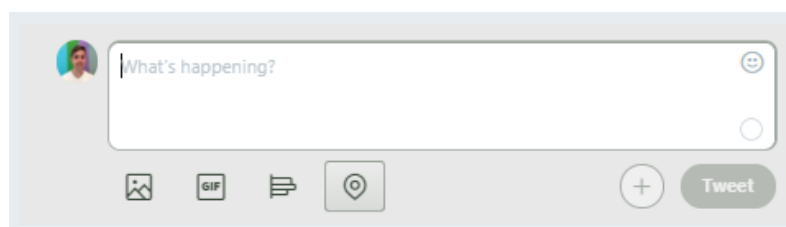
⁷⁵ *Youtuber* – Profissionais que trabalham com a criação de conteúdo para a plataforma de vídeo, YouTube

consumo *quase que ao vivo* de séries televisivas: quanto mais impactantes forem os acontecimentos de um episódio ou mais tempo se passar desde sua primeira transmissão, em nosso exemplo, menos de 12 horas, mais *spoilers* podem aparecer nas redes sociais.

2.1 COMPREENDENDO AS FUNCIONALIDADES DO *TWITTER*

Ao entrar na rede social *Twitter* o usuário que for postar algo é recebido pela mensagem: “O que está acontecendo?” (fig.13). Texto que instiga o compartilhamento, ainda mais se pensarmos no ato de assistir a um programa televisivo. O telespectador busca outras pessoas para compartilhar.

FIG. 13 - Exemplo de mensagem de abertura do *Twitter*



FONTE: *Twitter*

Após postado (fig.13), um *tweet* apresenta quatro botões de ação, os quais ficam localizados na parte inferior: comentar, *retweet*, like e um de compartilhamento via mensagem direta para outros usuários. O primeiro botão permite a interação entre usuários por meio de comentários, respondendo outros *tweets*. O segundo botão, *retweet*⁷⁶ ou *RT*, é um dos mais importantes para a disseminação de uma mensagem, ele permite que os usuários compartilhem as mensagens de outros participantes, podendo ser um compartilhamento simples ou com a inclusão de um comentário. O botão de *like* é uma forma dos usuários mostrarem de quais conteúdos eles gostam, é simbolizado com um ícone em formato de coração. O quarto botão permite enviar ou compartilhar aquela postagem de maneira direta, como um *chat*, para seus seguidores.

⁷⁶ *Retweet* - O nome é uma junção da preposição *re* e da palavra *tweet*, o *re* vem de refazer ou replicar em inglês.

FIG. 14 - Exemplo de *tweet*, em formato de texto e com url para outra página, externa ao *Twitter*⁷⁷



FONTE: *Twitter*

E estas mensagens ou *tweets* precisam ser organizados de uma maneira que seja fácil seus usuários encontrarem assuntos e tópicos de interesse. Para realizar esta ação o *Twitter* apresenta seu *feed*, um formato em listagem de mensagens que são atualizadas frequentemente, organizado de maneira cronológica.

Um *feed* de mensagens cronológicas permite aos seus usuários saberem quais foram as últimas mensagens e os principais assuntos do momento. Entretanto, o *Twitter* trabalha com outros dois modelos para entender os principais tópicos e atualizar seus *feeds* para assuntos específicos: são os *trendings topics* e *hashtags*, respectivamente.

Uma expansão significativa da arquitetura organizacional do Twitter foi a implementação, no final de 2008, dos “trending topics” - um recurso que permitia aos usuários agrupar postagens por tópico, utilizando de determinadas palavras ou frases e colocando um sinal de hashtag (#) no começo (...) os usuários poderiam ativamente participar de determinados tópicos ou acompanhar sem interação estes tópicos. Todos os trending topics são indexados e filtrados instantaneamente, antes de se tornarem visíveis na barra lateral “tendências”.⁷⁸ (DIJCK, 2013, p.71).

Para nossa análise dos conteúdos televisivos, a ferramenta mais importante para os fãs internautas se encontrarem nas redes sociais são as *hashtags*, ou em tradução para português *palavras-chaves*. Elas permitem, conforme apresentamos nas figuras de número 15 e 16, que os usuários do *Twitter* falem sobre um determinado assunto, criando um *feed* somente com um único tópico. Como a Copa do Mundo de futebol de 2018:

⁷⁷ Disponível em: <<https://twitter.com/henryjenkins/status/999426080422350848>> Acesso em: 04/03/2019

⁷⁸ “A significant expansion of Twitter’s architecture was the implementation, in late 2008, of “trending topics”— a feature that enabled users to group posts together by topic by articulating certain words or phrases prefixed with a hashtag sign (#) (...) users could actively trend certain topics or passively track topics. All trending topics are instantly indexed and filtered, before they become visible in the “trending” sidebar” Tradução do autor

FIG. 15 - *Feed* na rede social *Twitter* com a *hashtag* *WorldCup* ou *CopaDoMundo*. Organizado como *top mensagens*⁷⁹



FONTE: *Twitter*

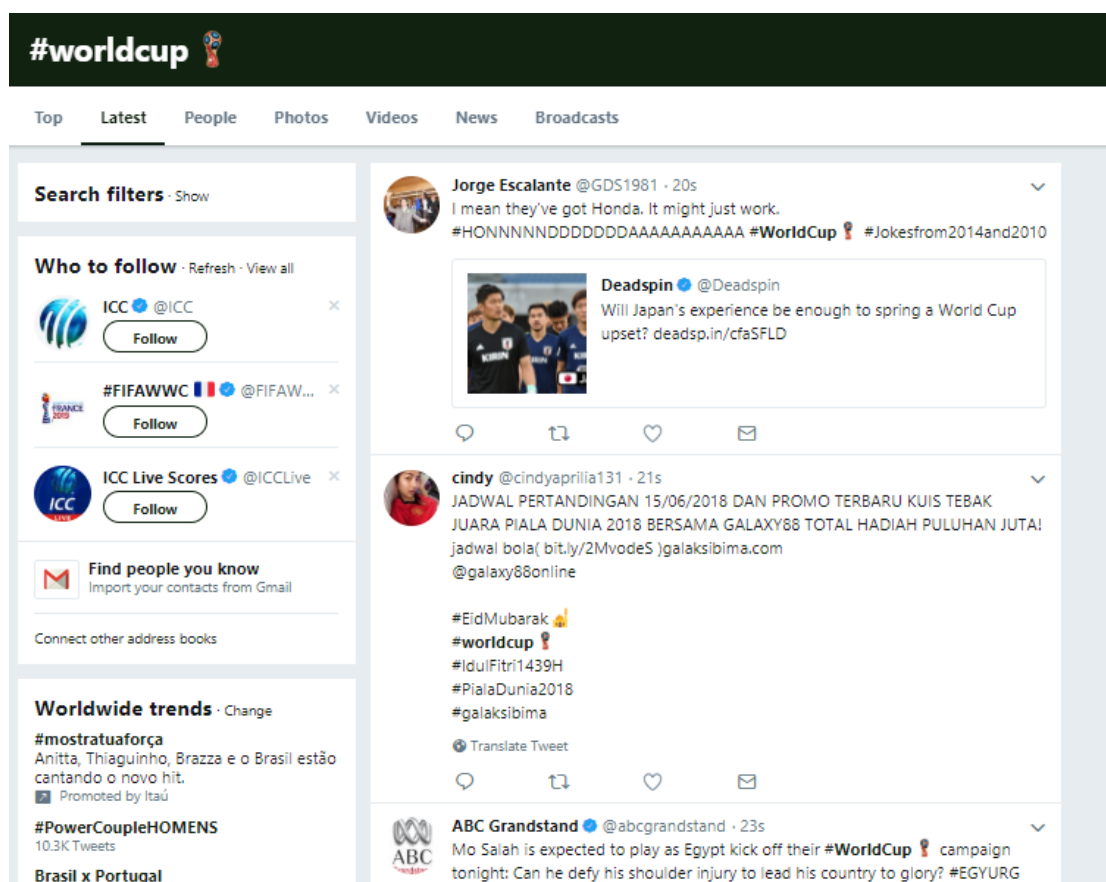
Na figura 15 as mensagens presentes no *feed* do *Twitter* são apresentadas em organização como *top tweets*, isso significa que as principais mensagens são apresentadas em primeiro, com mais compartilhamentos e perfis com mais seguidores. Esta classificação do *feed* pode ser vista na parte superior da tela, do lado esquerdo, nas palavras *Top*, abaixo da hashtag *#WorldCup*.

É um modelo pouco utilizado pensando nas práticas de comentar minuto a minuto ou ação por ação referente a série televisiva transmitida. As mensagens organizadas no *feed top* vão possibilitar uma visão mais geral do que aconteceu referente aquele assunto, mas não os últimos acontecimentos.

Já na figura 16, com foco também na *hashtag* *WorldCup*, a organização do *feed* é de maneira cronológica, mostrando as últimas mensagens. Este é o modelo mais utilizado para consumo de conteúdos seriados televisivos.

⁷⁹ Disponível em: <<https://twitter.com/search?vertical=default&q=%23WorldCup&src=tyah>> Acesso em: 14/06/2018

FIG. 16 - *Feed* na rede social *Twitter* com a *hashtag* *WorldCup* ou *CopaDoMundo*. Organizado como mensagens mais recentes⁸⁰



FONTE: *Twitter*

Em ambas figuras, é possível ver a diferença no tempo de postagem das mensagens ao lado da imagem de perfil e no nome dos usuários, a distribuição das informações está em: nome em negrito, @nome do usuário e tempo após a postagem. Na figura 15 a mensagem do internauta Matts Hummels havia sido postada 12h atrás. Mas, na figura 16 o *tweet* do Jorge Escalante havia sido postado há 20 segundos.

A marcação (ou *tagging*) de conversas é particularmente relevante para o ato de live-tweeting com conteúdos televisivos, já que o uso de hashtags específicas da série podem auxiliar na categorização de um determinado tweet e também fornece uma janela para conversas mais amplas e complexas com amigos e desconhecidos sobre uma série televisiva⁸¹ (SCHIRRA, SUNHUAN, BENTLEY, 2014).

⁸⁰ Disponível em: <<https://twitter.com/search?f=tweets&vertical=default&q=%23WorldCup&src=tyah>> Acesso em: 14/06/2018

⁸¹ “Conversational tagging is particularly relevant to television live-tweeting, as using show-specific hashtags helps categorize a particular tweet while also providing a window into wider conversations with friends and strangers about a television show” Tradução do autor

Para nossas análises, que se dão presentes no capítulo 3 - A Televisão *Twitter* e à Série *The Walking Dead*, as informações mais importantes são as *hashtags*, a organização via *feed* cronológico, o compartilhamento de mensagens digitadas pelo usuário, botão de RT e o de *like*. Estas cinco ações criam e disseminam a presença dos fãs no *Twitter*, além de prolongarem o alcance de acontecimentos na série televisiva.

A rede social *Twitter* também é conhecida pela sua transparência e conteúdo público, as informações estão presentes para todos. E por ser um conteúdo e modelo público, mesmo o perfil de famosos, como o ex-presidente dos Estados Unidos Barack Obama⁸² e o cantor britânico Paul McCartney⁸³ podem ser seguidos, criando essa sensação de estar mais próximo de celebridades e figuras inalcançáveis em outras mídias tradicionais.

2.2 ANÁLISE DE EXEMPLOS DA SOCIAL TV. DO TWITTER AOS FÓRUMS

Um caso que aconteceu com a série *Chuck* (2007-2012) ilustra a ideia de engajamento e interação que as redes sociais permitem entre produtores e espectadores. O programa ia ser cancelado no ano de 2011, a produtora *NBC* iria tirar do ar a série *Chuck*, mas diversos fãs se reuniram e criaram uma campanha para mostrar aos patrocinadores que a série ainda era rentável e possuía uma base de espectadores fiéis, mesmo que isso não fosse representado nos números de audiência. Durante os intervalos comerciais da série, seus fãs acessavam a rede social *Twitter* e enviavam mensagens para os anunciantes mostrando interesse e divulgação gratuita para as marcas. Empresas como a *Pepsi* interagiram e viram a importância destes fãs, respondendo via rede social com seu perfil *Diet Pepsi*, mensagens como:

FIG. 17 - *Tweet* postado na conta oficial da marca Diet Pepsi⁸⁴



85

FONTE: *Twitter*

⁸² Para maiores informações, acesse: <https://twitter.com/BarackObama>

⁸³ Para maiores informações, acesse: <https://twitter.com/PaulMcCartney>

⁸⁴ Disponível em: <<https://twitter.com/dietpepsi/status/60145433695100928>> Acesso em: 04/03/2019

⁸⁵ “Nossa! Fãs de Chuck vocês são demais! Obrigado por todo apoio!” Tradução do autor

Estas ações mostram como os espectadores possuem uma força em suas mãos e conexões nas redes sociais. Os fãs da série *Chuck* buscaram novos meios para chamar a atenção da produtora *NBC*, com intuito de revogar a ideia de cancelar a série. Um dos maiores patrocinadores do horário em que *Chuck* era exibido, a rede de sanduíches e *fast food* *Subway*, foi o alvo da outra tentativa para evitar o cancelamento da série. Os fãs iam até as redes de restaurante do *Subway* e compravam um dos sanduíches, após a compra deixavam um cartão dando os créditos da compra para o seriado *Chuck*. Com uma ação que influenciava tanto o modelo digital nas redes sociais, o consumo televisivo e as lojas físicas de um dos maiores anunciantes do programa; os fãs conseguiram que a série fosse renovada pela *NBC*, com a condição de assistirem a série no momento original de sua exibição e pela televisão, pois isto mostraria em números de audiência que *Chuck* era um sucesso não só com os fãs, mas como um objeto comercial.

Este tipo de ação não é exclusivo para os fãs de *Chuck* ou presente somente na ambiência da *Social TV*, existem diversos casos de *fandoms* se organizando para salvar uma série de ser cancelada. Um dos casos mais antigos foi quando Betty Jo Trimble, uma fã da série original de *Star Trek* para a televisão, lançou uma campanha em 1968 para manter a série no ar. Junto com diversos fãs, eles enviaram mais de 110 mil cartas para a sede da *NBC*, produtora de *Star Trek*, de quase todos os estados norte-americanos. A ação deu certo e a série foi renovada para uma terceira temporada. Este caso ilustra que a organização dos fãs de séries televisivas não depende de participação ativa em redes sociais. Neste pensamento, o *Twitter* e outros canais foram facilitadores para um desejo que já estava intrínseco nos fãs, como salvar suas séries preferidas e revisitar personagens queridos nas telas de seus aparelhos televisores.

Entretanto, o que nos chamou a atenção neste caso de *Chuck* foi a importância de os espectadores fãs estarem assistindo ao programa junto à grade televisiva, o objetivo da *NBC* era verificar um aumento no número de audiência do programa junto a *Nielsen*, empresa que faz essa medição em território norte-americano. Um maior número de audiência reflete em mais anunciantes, e mais anunciantes refletem em mais dinheiro para a *NBC*. A transmissão seguindo a grade televisiva é importante não somente para não espalhar os espectadores entre horários, mas também “uma forte divulgação (ou *buzz*) no *Twitter* também pode ser um benefício (um *boom*) para os anunciantes, porque o *Twitter* aprimorou a ideia de que o ato de assistir à televisão é incompatível com o ato de *time shifting*⁸⁶, as audiências televisivas no *Twitter* são

⁸⁶ *Time shifting* - Na transmissão televisiva, pode ser traduzida como a mudança de horário para consumo televisivo, como na gravação da programação em um meio de armazenamento para ser visualizado ou ouvido

mais propensas a serem expostas a anúncios publicitários.”⁸⁷ (HARRINGTON; HIGHFIELD; BRUNS, 2013, p.407).

Como pontuamos, no começo do capítulo e buscamos comprovar com diferentes casos, a rede social *Twitter* é uma das mais utilizadas para esta convergência entre mídias, da televisão para a internet.

Os participantes da TV Social usaram o Twitter para expressar suas opiniões pessoais na forma de interpretação da cena, suas reações e emoções a personagens e cenas, e para comunicar seus sentimentos antecipados sobre o próximo episódio. Embora essas opiniões às vezes sejam direcionadas a outros usuários - ou ao programa de televisão ou contas oficiais do ator no Twitter - muitas vezes essas opiniões abordam um público não específico e imaginado (Marwick & Boyd, 2011) uma mesma semelhança é vista com os fãs de *The Walking Dead*, que estão conectados na Social TV durante um episódio *première* ⁸⁸ (AUVERSET; BILLINGS, 2016, p.10).

A leitura que Auverset e Billings fazem da relação entre público, obra audiovisual e *Social TV* é um breve resumo do que buscamos analisar, indo em contato direto com a hipótese da dissertação: uma nova visão, por parte do espectador de *The Walking Dead*, que a obra audiovisual possibilita a sensação de se estar assistindo a um programa *como se fosse ao vivo*. As mensagens ou *tweets* postados sobre *The Walking Dead* podem ser multi-direcionados: para outros fãs (conhecidos ou não), para os roteiristas ou canal de televisão transmissor e para os atores e atrizes. O importante aqui é compartilhar cena a cena a sua compreensão e sensação, o *Twitter* e a *Social TV* funcionando como a extensão de uma sala de estar, como era no início da história televisiva, e falamos na página 10, onde todos os familiares e espectadores se uniam e comentavam em tempo real sobre uma série ou programa.

Como apresentamos na seção 1.2.4, Pieniz (2015, p.217) pontua a existência de uma interação de maneira síncrona à exibição do programa, entre grupos de espectadores e o conteúdo transmitido, Pieniz define esta existência como um caráter *crossmidiático* nas redes sociais. Podendo ser uma interação ou direcionamento de mensagens para personagens e

após o horário da transmissão ao vivo. Indo contra a grade de programação. Não decidimos traduzir, pois a tradução poderia levar a confusões maiores ao leitor.

⁸⁷ “ a strong Twitter resonance may also be a boon to advertisers because Twitter enhanced TV watching is incompatible with time shifting, and Twitter television audiences are more likely to be exposed to commercials” Tradução do autor

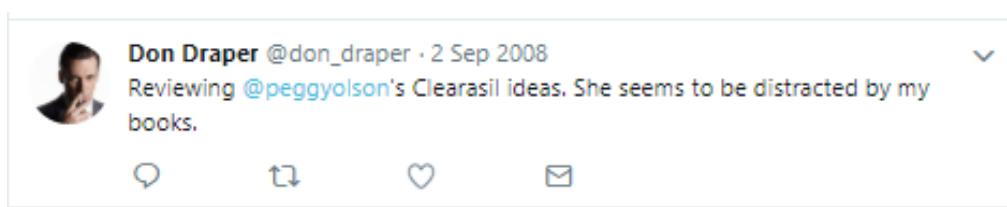
⁸⁸ “Social TV participants used Twitter to express their personal opinions in the form of scene interpretation, emotional reactions to characters and scenes, and to communicate their anticipatory feelings about the upcoming episode. While these opinions are sometimes addressed to other users—or to the television program or the actor’s official Twitter accounts—often these opinions addressed a non-specific, imagined audience (Marwick & Boyd, 2011) of similarly like-minded *The Walking Dead* fans who might also be engaged in Social TV during an episode *première*” Tradução do autor

universos ficcionais, onde o público não espera uma resposta destes, mas sim, uma interação com outros fãs que estão realizando as mesmas ações naquele momento.

Um caso que ilustra essa interação que o público busca no *Twitter* ocorreu após o início da transmissão da segunda temporada da série norte-americana *Mad Men* (2007 – 2015). Produzido pela *AMC*, mesma empresa de *The Walking Dead*, a narrativa da série *Mad Men* gira em torno de publicitários norte-americanos dos anos 60, e como as mudanças dos anos 60 e 70 afetaram a indústria e mundo, a princípio, muito machista em que as personagens viviam. Depois que a segunda temporada de *Mad Men* foi ao ar, alguns fãs decidiram criar contas ‘falsas’ no *Twitter*, para seus personagens preferidos, como o publicitário Don Draper⁸⁹ e a secretária Peggy Olson⁹⁰.

Inicialmente, os espectadores de *Mad Men* acharam que as contas, de Don Draper, Peggy Olson e outras personagens eram oficiais e uma possível ação de marketing da *AMC*, pois os perfis postavam *tweets* seguindo a narrativa dos últimos episódios transmitidos e interagiam entre si. Entretanto as contas eram organizadas por fãs, e sem a aprovação prévia da produtora:

FIG. 18 - *Tweet* feito pelo perfil falso do personagem Don Draper, mostrando sua interação com outros perfis criados para os personagens da série de drama *Mad Men*⁹¹



FONTE: *twitter*

No exemplo (fig.18), o perfil do personagem Don Draper interage com o perfil de sua secretária Peggy Olson, utilizando o @peggyolson. O assunto são ideias que a personagem apresentou sobre uma nova conta que a agência de publicidade dos personagens cuida, a empresa Clearasil.

Estes perfis chamaram a atenção da produtora, e a própria *AMC* buscou alinhar com administradores do *Twitter* e mostrar ao público que as contas não eram oficiais, e por isso

⁸⁹ Colocamos aqui ambos perfis do personagem Don Draper, existem no mínimo 2, pois os perfis foram cancelados pela justiça americana a mandado da *AMC* e recriados pelos fãs - https://twitter.com/don_draper e <https://twitter.com/DonDraper>

⁹⁰ Perfil da personagem Peggy Olson - <https://twitter.com/PeggyOlson>

⁹¹ Disponível em: <https://twitter.com/don_draper/status/907231973> Acesso em: 04/03/2019

feriam os direitos autorais de uso do *Mad Men*, levando a suspensão das contas, o que acarretou em indignação por parte de fãs e seguidores.

McCracken afirma que, em última análise, não existe uma cisma entre o interesse do público em ampliar as oportunidades para a criatividade alternativa e o interesse corporativo em proteger sua propriedade intelectual: As corporações terão de permitir que o público participe da construção e apresentação de suas criações, ou, no devido tempo, comprometerão o valor comercial de suas propriedades. O novo consumidor irá ajudar na criação de valor, ou irá se recusar a fazê-lo [...] As corporações têm o direito de manter seus direitos autorais, mas também têm de interesse em liberá-los. [...] “economia da plenitude”, irá forçar as empresas a abrir mais espaço para a participação e afiliação populares [...] McCracken argumenta que as empresas que liberarem seus direitos autorais irão atrair os consumidores mais ativos e comprometidos, e as que impuserem limites implacáveis irão sofrer uma diminuição em sua participação coletiva de fãs e membros do público contra empresas que possam seduzi-los com entretenimento feito sob medida para suas próprias necessidades (JENKINS, 2009, p.212-213).

A própria *AMC* entendeu o erro de suspender as contas, como Jenkins pontua usando a ideia do pesquisador McCracken: a liberação dos direitos autorais e aumento da participação e interação entre personagens e espectadores tende a criar um ambiente com mais inovação, na categoria de entretenimento audiovisual. Para *Mad Men*, os perfis no *Twitter* são considerados publicidade e divulgação gratuita, por isso, a *AMC* voltou atrás e liberou o uso dos perfis.⁹²

Estes perfis ajudam a entendermos outra possibilidade, além do *live-tweeting*, presente no *Twitter*, “Cunhado por Gallucci (2010), o *Twittertainment* é uma categoria de *fan fiction* que se configura especificamente no *Twitter*. De acordo com o autor no *Twittertainment* os fãs não só incorporam as personagens na rede social, mas constroem um mundo alternativo.” (SIGILIANO, 2018, p.19), este mundo alternativo pode ser visto nas conversas entre as personagens na figura 18.

Uma das contas falsas até ganhou um prêmio, o *Twitter Shorty Award*, pelo melhor conteúdo produzido em 140 caracteres, no ano de 2009⁹³. Ganhar este prêmio ilustra a existência de possibilidade e espaço para as empresas conversarem com seus espectadores de formas inimagináveis na criação da televisão.

⁹² Para maiores informações, recomendamos acessar: <https://www.washingtonpost.com/news/arts-and-entertainment/wp/2015/05/17/how-the-fake-mad-men-twitter-accounts-will-go-on-after-the-show-ends/?noredirect=on&utm_term=.ac3bc06a980a> Acesso em: 04/03/2019

⁹³ Twitter Shorty Award – Para maiores informações acesse o link: <http://1st.shortyawards.com/>

Muitas empresas buscam utilizar do *Twitter* para criar um nível de interação com seus espectadores, ponto que a pesquisadora Sigiliano (2017, p.112) analisou utilizando como objeto de pesquisa o programa ficcional *Arquivo X* (*The X Files*, 1993, Fox Broadcasting Company).

Em sua pesquisa, Sigiliano apresenta uma análise do impacto de uma conta oficial da série *Arquivo X* no *Twitter*, com o perfil @thexfiles, e sua relação com os espectadores e *fandom*. Ao retomar a história de *Arquivo X* em 2016, a qual estava sem gravações para a televisão desde 2002, seus produtores buscaram utilizar da possibilidade de interação e *Social TV* para atingir novos públicos, que não conheciam a série dos anos 90, e também, retomar sua relação com os fãs mais antigos. A plataforma utilizada foi o *Twitter* e o perfil oficial @thexfiles utilizou de maneira inteligente suas possibilidades.

À medida que as cenas eram exibidas, o perfil @thexfiles incentivava os telespectadores interagentes a compartilharem memes, fotos, vídeos e, principalmente, comentários enquanto assistiam a trama. (SIGILIANO, 2017, p.161).

Como apresentamos no primeiro capítulo, os espectadores mais ativos estão conectados e assistindo suas séries televisivas de acordo com a grade de programação, portanto, o incentivo feito pelo perfil de *Arquivo X* foi muito bem trabalhado, criando uma convergência entre o conteúdo transmitido na televisão e o *feed* de mensagens no *Twitter*.

Porém, um dos pontos mais relevantes da estratégia de social TV do @thexfiles era o diálogo que o perfil conseguia estabelecer com o público. Ao invés de apenas incentivar a conversação em torno do programa, a página trocava mensagens com os telespectadores interagentes sobre distintos assuntos. Além de informar os horários de reprise e detalhes da sinopse, o @thexfiles respondia as dúvidas relacionadas aos arcos narrativos e aos futuros acontecimentos da história. As publicações eram feitas em tempo real e de forma personalizada, isto é, cada menção continha um texto diferente se distanciando de posts mecânicos e agendados (SIGILIANO, 2017, p.161).

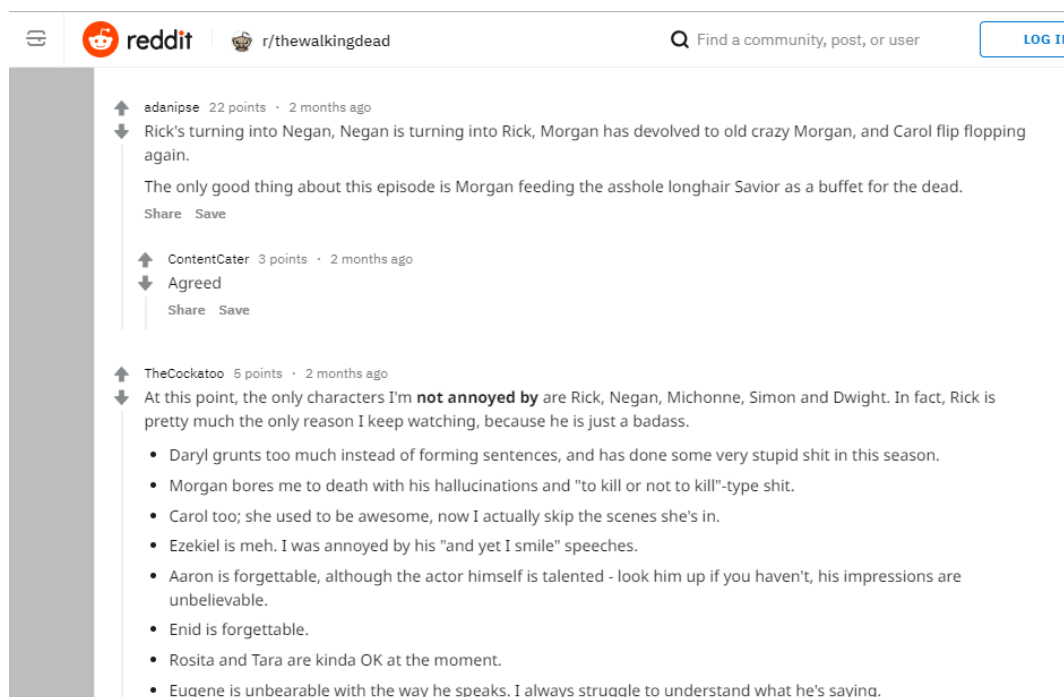
A ambiência criada pela *Social TV* ganha forças não somente com a narrativa ficcional e interatividade em redes sociais, as figuras públicas e atores que personificam os personagens principais de ficções como *Arquivo X* e *The Walking Dead* são importantes para criar uma ambiência no universo ficcional e aumentar o interesse dos fãs. Uma prática que unifica a participação de atores, com suas personagens e o universo digital é o *AMA* no fórum Reddit, sigla de *Ask Me Anything*, em português: *Pergunte me qualquer coisa*.

Mesmo o *Reddit* não sendo o foco deste capítulo, pois iremos analisar conteúdos televisivos que transitam ou são reutilizados na rede social *Twitter*, é importante ilustrarmos o

papel que o *Reddit* e o *AMA* possuem para a *Social TV*. O *Reddit* é um fórum com grande importância para a discussão de fãs sobre séries e filmes, por isso merece nossa atenção. Foi fundado em 2005 e funciona com uma regra de votos, seus usuários cadastrados podem votar positivamente ou negativamente nos conteúdos e postagens divulgadas, e com base nisso são apresentados em modelo de fórum. É muito comum seus usuários se organizarem para criar teorias e prever como temporadas ou *plots* da trama das séries vão terminar ou serem resolvidas. Existe uma organização entre seus usuários, com regras e boas práticas a serem seguidas.

O *Reddit* é organizado por canais, como por exemplo o de *The Walking Dead*, que apresenta páginas específicas sobre a história em quadrinho, sobre *spin offs* e a série televisiva. Na imagem (fig. 19) os fãs discutem sobre o episódio de número quatorze da oitava temporada, e diferente do *Twitter* onde os espectadores comentam e postam *tweets* de maneira síncrona a transmissão, no *Reddit* os comentários e discussões podem durar meses, os fãs comentam sobre teorias, postam frames de episódios anteriores e links para outras páginas da internet.

FIG. 19 - Exemplo de interações que ocorrem no fórum/rede social *Reddit*⁹⁴



FONTE: *Reddit – The Walking Dead*

⁹⁴ Disponível em:

<https://www.reddit.com/r/thewalkingdead/comments/8907tw/next_day_discussion_the_walking_dead_s08e14_still/> Acesso em: 04/03/2019

Uma das categorias mais reconhecida dentro do *Reddit* é o *AMA* – *Ask Me Anything*, uma parte do fórum/rede social onde famosos e pessoas públicas são convidadas a responderem quaisquer tipos de perguntas, criando uma possibilidade de relacionamento com seus fãs.⁹⁵

Diversos atores já participaram do *AMA*, desde profissionais que atuaram em papéis principais e figurantes, produtores e até o criador do universo de *The Walking Dead*. Mesmo o *AMA* não sendo realizado no *Twitter*, seus participantes (fãs) podem enviar dúvidas e perguntas pela rede social.

O ator Chandler Riggs, que faz o personagem Carl em *The Walking Dead*, participou em 2017 de seu primeiro *AMA*, respondendo perguntas sobre como é atuar com os demais atores e atrizes, quais são suas características e hábitos de leitura e o que ele esperava das próximas temporadas.⁹⁶ Os fãs tiveram a oportunidade de conversar, conhecer mais o ator e criar uma ligação com a série *The Walking Dead*.

Os profissionais de marketing procuram moldar a reputação das marcas não através de uma transação individual, mas através da soma total de interações com o cliente – um processo contínuo que cada vez mais ocorre numa série de diferentes “pontos de contato” midiáticos. [...] No passado, os produtores de mídia falavam em “impressões”. Hoje, estão explorando o conceito de “expressões” do público, tentando entender como e por que o público reage aos conteúdos. (JENKINS, 2009, p.96).

Outra figura pública que foi convidada a participar do *AMA*, foi o criador do universo de *The Walking Dead*, Robert Kirkman.⁹⁷ Que compartilhou suas experiências como produtor e escritor, além de responder perguntas como: “Você já acessou o r/thewalkingdead⁹⁸ e olhou as teorias presentes ali, somente para ver o que as pessoas inventam?”⁹⁹ e dando respostas honestas e sem muita enrolação: “Infelizmente, essa é a minha primeira vez acessando ao REDDIT. Se eu ficar mais tempo aqui, eu não terminaria nada. É a mesma razão de eu ainda não ter jogado o game THE LAST OF US apesar de realmente querer”¹⁰⁰. O *AMA* é para ser

⁹⁵ Para saber mais sobre o *AMA*, acesse: <<https://www.lifewire.com/what-exactly-is-a-reddit-ama-3485985>> Acesso em 04/03/2019

⁹⁶ Para saber mais sobre o *AMA* do ator Chandler Riggs, acesse: <https://www.reddit.com/r/thewalkingdead/comments/5tvi9o/im_chandler_riggs_aka_carl_on_the_walking_dead_ama/> Acesso em: 04/03/2019

⁹⁷ Para saber mais sobre o *AMA* do diretor Robert Kirkman, acesse: <https://www.reddit.com/r/IAMA/comments/20u6xf/im_robert_kirkman_creator_of_the_walking_dead_ama/> Acesso em: 04/03/2019

⁹⁸ Referência do autor – Os fóruns do *Reddit* são organizados com [www.reddit.com/r/nome da organização](http://www.reddit.com/r/nome_da_organiza%C3%A7%C3%A3o).

⁹⁹ “Have you ever been on r/thewalkingdead, and just looked at the theories just to see what people come up with?” Tradução do autor

¹⁰⁰ “Sadly, this is my first time ever being on REDDIT. If I spent more time here I'd get nothing done. It's the same reason I still haven't played THE LAST OF US despite really really wanting to” Tradução do autor

um local em que não exista uma formalidade no discurso e conversas, somente uma interação entre fãs e ídolos. Entretanto, para garantir a veracidade das informações é comum os famosos, como foi o caso do Robert Kirkman, postarem em suas redes sociais que vão participar do *AMA*.

FIG. 20 - Exemplo de *tweet* postado por Kirkman, mostrando a veracidade de suas respostas e presença no *AMA* do *Reddit*¹⁰¹



FONTE: *twitter*

Na figura 20 o perfil oficial de Robert Kirkman publicou informando que vai participar em minutos do AMA, os internautas e fãs sabem que o perfil é oficial pelo ícone de certo em azul ao lado de seu nome, ferramenta que o próprio *Twitter* criou para validar quais perfis eram falsos e quais são verdadeiros de famosos. Outra opção, também utilizada por Robert Kirkman é a postagem de uma foto com texto escrito em mão, informando que irá participar do *Ask Me Anything* do fórum *Reddit*.

FIG. 21 - Exemplo de foto mostrando a veracidade de suas respostas e presença no *AMA* do *Reddit*¹⁰²



FONTE: *Reddit*

¹⁰¹ Disponível em: <<https://twitter.com/robertkirkman/status/446370461031469057>> Acesso em: 04/03/2019

¹⁰² Disponível em:

<https://www.reddit.com/r/IAMA/comments/20u6xf/im_robert_kirkman_creator_of_the_walking_dead_ama> Acesso em: 04/03/2019

O objetivo deste recorte que fizemos, com o *Reddit*, é ilustrar que o ambiente e universo de séries televisivas vai muito além do próprio episódio, os fãs buscam conversar com os atores e atrizes por meio da internet, e esse acesso é muito mais fácil de maneira digital e em redes sociais. Passando a ideia aos fãs de seus ídolos serem alcançáveis, via fóruns ou perfis públicos no *Twitter*.

O ato que leva o título deste capítulo, *live-tweeting*, é uma ação presente somente na rede social *Twitter*, mas uma entrevista no *Reddit* ou uma ação de compra de produtos anunciados no intervalo comercial, como na série *Chuck*, podem vir a influenciar os espectadores a estarem presentes no *Twitter* durante a exibição do programa.

O *Twitter* não substitui, necessariamente, os meios de comunicação existentes, como a transmissão *broadcast* ou a mídia tradicional on-line, mas frequentemente complementa estes, permitindo que seus usuários tenham a oportunidade e alternativa de contribuir mais ativamente para a esfera mais ampla do meio. Isto é verdade especialmente quando o *Twitter* é usado em conjunto ou lado a lado da televisão, como um simples backchannel para programas ao vivo ou para usos mais sofisticados.¹⁰³ (HARRINGTON; HIGHFIELD; BRUNS, 2013, p.405).

Como Harrington *et al.* definem, o *Twitter* é uma rede de apoio para disseminação do conteúdo televisivo, permitindo novos pontos de contato entre produto audiovisual e espectador. O ato de fazer isso neste *como se fosse ao vivo*, ou seja, durante a primeira transmissão da série tende a facilitar o encontro de fãs em um único local e período. O *Twitter* é uma das plataformas mais prontas para a *Social TV*, pelo seu modelo de organização, por meio de *feeds* cronológicos e uso de *hashtags*. No capítulo três vamos analisar o conteúdo de mensagens compartilhadas, no *Twitter*, sobre o seriado *The Walking Dead* e como os espectadores interagem entre si durante a exibição de um episódio.

¹⁰³ “Twitter does not necessarily replace existing media channels, such as broadcasting or online mainstream media, but often complements them, providing its users with alternative opportunities to contribute more actively to the wider media sphere. This is true especially where Twitter is used alongside television, as a simple backchannel to live programming or for more sophisticated uses” Tradução do autor

3. A TELEVISÃO *TWITTER* E À SÉRIE *THE WALKING DEAD*

3.1 CONTEXTO NA NARRATIVA DE *THE WALKING DEAD*

Neste capítulo o foco será a série *The Walking Dead* e seus fãs que comentaram sobre o produto televisivo no *Twitter*, enquanto o mesmo era transmitido seguindo a grade de programação, realizando as ações de assistir e comentar nas redes sociais de maneira síncrona. Buscamos entender se a realização destas duas atividades quase que ao mesmo tempo, tão comuns na era de convergência atual, podem induzir a conclusões errôneas ou precipitadas com relação à narrativa. No primeiro capítulo compreendemos que ambas as ações trazem para os espectadores uma sensação de como se *The Walking Dead* fosse transmitido ao vivo, mesmo sendo um produto ficcional seriado, o qual é gravado previamente.

Em *Cultura da Conexão*, os autores apresentam uma mudança no modelo televisivo, de hora marcada para uma referência em engajamento. Os telespectadores mais comprometidos se ajustam para os horários da grade de programação, porém o público engajado compartilha e cria discussões dos conteúdos, não importando o horário de consumo (JENKINS, GREEN e FORD, 2014, p. 152-153).

Debatendo a ideia proposta pelos autores, apresentamos, com as análises presentes no primeiro capítulo, uma possível terceira categoria: mesmo com a disponibilidade de conteúdo a qualquer momento, os telespectadores mais ‘antenados’ ou interessados assistem à programação seguindo a grade televisiva, com intuito de criarem discussões dos conteúdos no momento de sua transmissão original, formando suas opiniões junto aos demais fãs. Isso caracteriza o *como se fosse ao vivo* que defendemos, uma combinação dos dois telespectadores propostos por Jenkins *et al.*

Como falamos na introdução, página 16, a série *The Walking Dead* tem seu universo ficcional baseado em uma história em quadrinhos do autor Robert Kirkman, com o mesmo nome. O próprio Kirkman apresenta em sua introdução ao primeiro volume da HQ de *The Walking Dead - Days Gone Bye*: “Com *The Walking Dead* eu quero explorar como as pessoas lidam com situações extremas e como estes eventos mudam eles.”¹⁰⁴ (KIRKMAN, 2004).

O foco de *The Walking Dead* inicialmente é a compreensão, por parte dos personagens, daquele novo cenário e como sobreviver aos ataques dos zumbis. Com o decorrer das temporadas e episódios, o foco acaba tornando-se a relação entre pessoas neste mundo sem leis

¹⁰⁴ “With *THE WALKING DEAD*, I want to explore how people deal with extreme situations and how these events CHANGE them” Tradução do autor

e regras estabelecidas, e as novas formas de convívio social agora que a sociedade entrou em colapso.

Até a sétima temporada (2016-2017) diversos personagens do grupo de protagonistas morreram ou foram assassinados, colocando os sobreviventes ao apocalipse em risco contínuo. Durante as setes temporadas, até o episódio que será analisado, vimos personagens perdendo o controle ou razão, locais que eram considerados seguros foram destruídos e grupos de antagonistas como canibais, ditadores, loucos e outros perfis já surgiram para tentar acabar com Rick e seu grupo. Estas sete temporadas e os acontecimentos apresentados ilustram como está o estado físico e mental dos protagonistas e demais sobreviventes.

No quarto episódio da primeira temporada (2010) os telespectadores são apresentados a uma cena na qual o grupo de protagonistas sobreviventes está sentado em volta de uma fogueira, conversando e rindo, no frame seguinte uma horda de zumbis se aproxima e ataca diversas pessoas deste grupo.

FIG. 22 – Cenas que mostram personagens em segurança e na sequência sendo atacados por zumbis.

Frame 1: plano médio personagens estão em volta de uma fogueira, rindo e conversando despreocupados. Frame 2: plano aberto, personagens gritam e correm com medo dos zumbis que surgiram no acampamento.



Fonte: episódio 04, temporada 01 - *Vatos* - *The Walking Dead*, 2010.

Esta cena apresenta ao público o que esperar de *TWD*: reviravoltas e tensão perante a vida dos personagens a qualquer momento. O programa foi escolhido, também, por apresentar características de uma complexidade narrativa, como explicamos no capítulo 01 durante páginas 34 - 37:

A complexidade narrativa redefine formas episódicas sob a influência da narração em série - não necessariamente uma imersão completa em formas episódicas e seriadas, mas uma mudança equilibrada. Rejeitando a necessidade de concluir o enredo em cada episódio, característica que define a forma episódica convencional, a complexidade narrativa cria histórias contínuas em uma variedade de gêneros. A televisão complexa emprega uma série de técnicas seriais, com o pressuposto de que uma série é uma narrativa cumulativa, a qual se constrói ao longo do tempo, em vez de retornar a um equilíbrio de estado neutro no final de cada episódio.¹⁰⁵ (MITTELL, 2015, p.421).

Após a cena do episódio *Vatos* (fig. 22) não acontece este equilíbrio narrativo e tudo voltando a ser o que era, os personagens que morreram não voltam no próximo episódio. Por exemplo, durante a cena um dos zumbis ataca e mata Amy Harrison, interpretada pela atriz Emma Bell, essa morte é importante para o crescimento da personagem de Andrea, irmã de Amy (interpretada pela atriz Laurie Holden). Com a morte de sua irmã, Andrea fica mais fria e calculista em suas ações, pensando em sua sobrevivência acima dos outros, portanto *TWD* é uma série com narrativa cumulativa, um acontecimento na primeira temporada impacta na personagem Andrea até a terceira temporada, quando ela morre.

Este nível de complexidade é importante para gerar discussões por parte do espectador. E como apontamos no primeiro capítulo, existe uma grande base de fãs que possuem hábito de comentar no *Twitter* sobre *The Walking Dead* durante suas exibições. Para analisarmos os espectadores e conteúdos que estes postaram, o processo metodológico constituiu em coletarmos *tweets*, a cada minuto, utilizando a plataforma online *Twitonomy*, compartilhados no dia 02/04/2017 entre 23h24 e 23h28, nos quais a *hashtag* #TWD7NaFOX¹⁰⁶ estava presente, chegando a um número maior que 10 mil mensagens. Com uma metodologia qualitativa, estudamos o conteúdo de *tweets* escolhidos de modo aleatório – por meio de um sorteio de quais linhas seriam analisadas na tabulação dos *tweets* - buscando a compreensão de modo geral das cenas analisadas que foram transmitidas no mesmo período de tempo da coleta de dados.

¹⁰⁵ “narrative complexity redefines episodic forms under the influence of serial narration — not necessarily a complete merger of episodic and serial forms but a shifting balance. Rejecting the need for plot closure within every episode that typifies conventional episodic form, narrative complexity foregrounds ongoing stories across a range of genres. Complex television employs a range of serial techniques, with the underlying assumption that a series is a cumulative narrative that builds over time, rather than resetting back to a steady-state equilibrium at the end of every episode” Tradução do autor

¹⁰⁶ TWD é uma sigla para resumir o nome da série *The Walking Dead*. O número 7 é referente a sétima temporada. E FOX é a emissora que está transmitindo e criou essa *hashtag*.

3.2 UMA DUPLA AÇÃO REALIZADA DE MANEIRA COLETIVA

Nosso objetivo, como explicado anteriormente, é verificar se a realização destas duas atividades quase que ao mesmo tempo – assistir a um programa televisivo e comentar sobre o mesmo, online, em redes sociais como o *Twitter* - pode induzir os telespectadores à falta de percepção de detalhes importantes para a narrativa.

Os autores do livro *The Distracted Mind* (GAZZALEY; ROSEN, 2016) apresentam estudos sobre multi-atividades realizadas simultaneamente. Um dos relatórios analisados reporta que em 55% do tempo em que adolescentes e adultos estão assistindo televisão (não somente no aparelho convencional) eles também estão utilizando uma segunda tela (2016, p.118). Mais um teste apresentou resultados em que adultos na casa de seus vinte anos mudam o foco entre duas telas em média quatro vezes por minuto:

Outro estudo realizado em laboratório de campo descobriu que, quando é dada a opção de assistir televisão e fazer outras atividades em um computador, os adultos mais jovens alternam entre as duas telas quatro vezes por minuto, para um total de 120 mudanças enquanto assistem a um vídeo de trinta minutos¹⁰⁷ (GAZZALEY; ROSEN, 2016, p.118).

Essas ‘mudanças de foco’ não são consideradas distrações do conteúdo original, quando se analisa conteúdo audiovisual, mas sim um aumento na experiência de assistir à série, podendo compartilhar o que se está vendo com outras pessoas usando redes sociais:

Os resultados de um estudo, onde comparamos a experiência de simplesmente assistir televisão com o de assistir e tuitar ao mesmo tempo, sugeriram que adicionar uma presença social realmente melhorava a experiência e diminuía o tédio de simplesmente assistir a um programa de televisão sem interação ou participação.¹⁰⁸ (GAZZALEY; ROSEN, 2016, p.119).

O uso do *Twitter* quase simultâneo ao consumo televisivo é um novo modelo para assistir programas televisivos, Gazzaley e Rosen (2016, p.111) analisam que não importa a idade do espectador, sempre existe um interesse na realização simultânea de atividades, por exemplo, pessoas de cinquenta a sessenta e cinco anos têm o hábito de realizar tarefas simultâneas como acessar e-mail, ouvir rádio, assistir à televisão e navegar em sites.

Lembrando que “a televisão complexa aumentou a tolerância, junto ao meio de comunicação, para seus espectadores ficarem confusos, encorajando-os a prestar atenção e

¹⁰⁷ “Another laboratory-based study found that when given the option of watching television and doing other activities on a computer, young adults switched between the two screens four times a minute for a total of 120 switches while viewing a thirty-minute video” Tradução do autor

¹⁰⁸ “Results of one study that compared the experience of simply watching television with that of watching and tweeting at the same time suggested that adding in a social presence actually enhanced the experience and decreased the boredom of simply watching a television program by itself” Tradução do autor

juntando as peças para compreender a narrativa”¹⁰⁹ (MITTELL, 2015, p.164), os espectadores de séries como *The Walking Dead* que realizam o *live-tweeting* podem utilizar as informações presentes no *Twitter* para reduzir essa confusão que vem junto a narrativa complexa.

Se pensarmos na *Social TV*, esse interesse em *multitelar* é explorado por emissoras televisivas, como por exemplo, o canal *FOX* e sua *hashtag*¹¹⁰ #TWD7NaFOX, e o caso da série *Arquivo X*, apresentado por Sigiliano (2017) e estudado no capítulo anterior. O uso de uma *hashtag* permitiu ao público e ao canal *FOX* novas formas de falar e mensurar, respectivamente, o alcance, a recepção e participar das discussões sobre suas séries. Trata-se do mesmo modelo de organização que vimos no capítulo 2, na explicação de como funcionava o *feed* do *Twitter*, com a *hashtag* #WorldCup (fig.15 e 16).

A *hashtag* permite ‘criar’ um novo *feed*, o qual somente apresentará mensagens com o tema escolhido, possibilitando que o público foque na série televisiva ou Copa do Mundo e não tenha interrupções ou mudança de foco com outros assuntos.

Para explorarmos a proposta dos autores Gazzaley e Rosen (2016, p.119), segundo o qual o ato de assistir a um conteúdo televisivo e utilizar o *Twitter* ao mesmo tempo pode aumentar ou mesmo melhorar a experiência do espectador, iremos estudar uma cena e seu entendimento, por parte do público, da série *The Walking Dead*.

3.3 A COMPLEXIDADE PRESENTE NA AÇÃO DE *LIVE-TWEETING*

A ação de *live-tweeting* - usaremos como exemplo a transmissão de *The Walking Dead* - vai além do ato de digitar reações e publicá-las no *Twitter*. É necessário, por parte do fã, um certo controle seletivo da atenção e a habilidade de dividir essa atenção em dois ou mais canais e telas: “a atenção é divisível. Ela pode ser dividida em duas ou entre várias fontes de informação alternativas”¹¹¹(FRIEDENBERG; SILVERMAN, 2006, p.112).

Entendemos que o ato de *live-tweeting* pode ser considerado, utilizando as ideias da cognição, como a divisão de nossa atenção em fragmentos: o foco do espectador entre o conteúdo apresentado na televisão e as mensagens no *feed* do *Twitter* sobre aquele seriado, tudo

¹⁰⁹ “complex television has increased the medium’s tolerance for viewers to be confused, encouraging them to pay attention and put the pieces together themselves to comprehend the narrative” Tradução do autor

¹¹⁰ *Hashtag* – palavra-chave utilizada na internet, antecedida pelo símbolo #, possibilitando categorizar os conteúdos publicados e facilitando a interação entre seus usuários.

¹¹¹ “attention is divisible. It can be split or divided among several alternative information sources” Tradução do autor

isso acontecendo de maneira quase que simultânea, como vimos no primeiro capítulo da dissertação, na página 42.

a capacidade de processar informações de duas fontes seria significativamente reduzida. Geralmente, quanto maior o número de fontes entre as quais a atenção é dividida, menos atenção existe em qualquer uma das fontes e o desempenho individual de compreensão em relação a cada fonte é pior.¹¹² (FRIEDENBERG; SILVERMAN, 2006, p.112).

O ato de *live-tweeting* vai muito além de somente um duplo foco, entre televisão e rede social, ele é algo complexo e que demanda um esforço dos espectadores de séries como *The Walking Dead*.

Na televisão ou no dispositivo digital de recepção utilizado, estão ocorrendo diferentes processos, como cortes de edição, mudança de foco entre personagens, novos arcos narrativos e cenários.

E no *Twitter* é onde os fãs encontram um ambiente aberto para a troca de mensagens, por exemplo no episódio *The First Day of The Rest of Your Life*, episódio final da sétima temporada, tivemos uma média de 2.600 mensagens por minuto, considerando o público brasileiro. Mesmo com a habilidade de processar e fragmentar diferentes pontos de atenção, os espectadores de *The Walking Dead* precisariam conseguir acompanhar uma grande quantidade de informações por minuto, por isso consideramos ser uma tarefa impossível a leitura de todas as mensagens postadas e ainda acompanhar o que está acontecendo na série. Como os autores Gazzaley e Rosen (2016, p.62) colocam “esse ato de mudança de atenção, quer tomemos a decisão de mudar ou não, diminui o desempenho em cada uma das tarefas”¹¹³, portanto algo está sempre se perdendo nesse processo complexo que é o *live-tweeting*.

Importante frisar que essa complexidade e divisão de atenção ocorre pois estamos trabalhando com a análise dos espectadores que assistem a *The Walking Dead* seguindo a grade de programação, em sua primeira transmissão, ou seja, um conteúdo inédito. Caso o espectador assista via plataforma *VOD*¹¹⁴ ou DVD, ele terá controle de pausar, voltar para uma cena específica e comentar no *Twitter* sem a necessidade de dividir sua atenção simultaneamente. Porém, como vimos até o momento na dissertação, os fãs buscam participar desta primeira transmissão, pois é um modo de juntar ou reunir diferentes espectadores no mesmo momento e

¹¹² “the ability to process information from the two sources would be significantly reduced. Generally, the greater the number of sources among which attention is divided, the less attention there is to devote to any single source and the worse is the individual performance with respect to each” Tradução do autor

¹¹³ “this act of switching, whether we make the decision to switch or not, diminishes our performance on tasks” Tradução do autor

¹¹⁴ VOD - Video on demand, ou vídeo sob demanda.

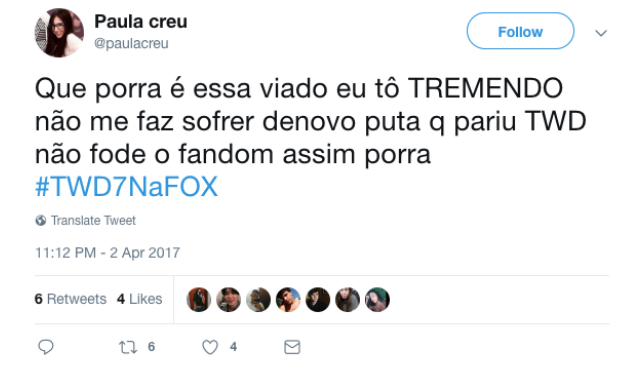
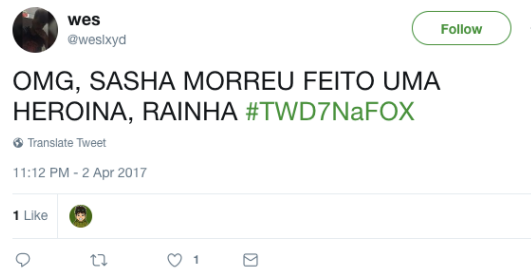
local (se pensarmos o *Twitter* como um espaço digital), garantindo uma grande parcela de fãs e muitas trocas de informações e interações relacionadas a série.

Portanto, o ato de *live-tweeting* é uma ação complexa para os fãs realizarem, acontece uma fragmentação da atenção em diferentes pontos de contato com a obra audiovisual: “O ato de multitarefa com fontes de mídia (...) é realizado pelo seu cérebro não realizando duas tarefas simultaneamente, mas mudando rapidamente de uma tarefa para outra.”¹¹⁵ (GAZZALEY; ROSEN, 2016, p.110-111). Vamos dar um exemplo para entender como seria essa fragmentação ou mudança de tarefas do *live-tweeting*.

A obra audiovisual é transmitida, em sua primeira transmissão, em idioma inglês e com legendas em português. Enquanto o espectador está assistindo à série, ele utiliza seu aparelho celular ou computador para postar mensagens no *Twitter*, mudando seu foco, em questão de segundos, da televisão para a rede social. Caso o espectador poste uma mensagem de algo que aconteceu em *The Walking Dead* a dez minutos atrás, os demais internautas não terão o mesmo interesse em interagir com aquele conteúdo, pois novas mensagens já tomaram conta do *feed* e novos acontecimentos já se passaram na série. O conteúdo de *live-tweeting* precisa ser em tempo real, de uma maneira quase que simultânea aos acontecimentos na série.

Em nossa coleta de *tweets*, durante a exibição do episódio *The First Day of The Rest of Your Life*, encontramos alguns minutos com picos de mensagens, chegando a três mil *tweets* por minuto. Um destes picos é quando a personagem Sasha (interpretada por Sonequa Martin-Green) levanta como um zumbi de um caixão, o qual ela entrou viva no começo do episódio, e tenta atacar Negan, o vilão das últimas temporadas. Tudo se tratou de um plano de Sasha, com intuito de se sacrificar e buscar uma forma de surpreender Negan, no episódio anterior ela se entregou para o antagonista, mas já com o objetivo de encontrar uma brecha e assassinar Negan, entretanto o ataque não deu certo e o vilão sai ileso. A morte da personagem foi sentida pelos espectadores no *Twitter*, neste minuto tivemos uma média de mais ou menos 3.900 mensagens. Um cálculo simples, 3.900 dividido por 60 segundos, foram 65 mensagens por segundo.

¹¹⁵ “Media multitasking (...) is accomplished by your brain not performing two tasks simultaneously but instead by rapidly switching from one task to another” Tradução do autor

FIG. 23 – *Tweet* 23:12 02/04/2017¹¹⁶FONTE: *Twitter*FIG. 24 – *Tweet* 23:12 02/04/2017¹¹⁷FONTE: *Twitter*FIG. 25 – *Tweet* 23:12 02/04/2017¹¹⁸FONTE: *Twitter*

¹¹⁶ Disponível em: <<https://twitter.com/paulacreu/status/848719887539347461>> Acesso em: 04/03/2019

¹¹⁷ Disponível em: <<https://twitter.com/weslyxd/status/848719707993669634>> Acesso em: 04/03/2019

¹¹⁸ Disponível em: <<https://twitter.com/luacarolinner/status/848719743884382208>> Acesso em: 04/03/2019

Os *tweets* exemplificam alguma das principais reações dos espectadores ao assistirem a cena da Sasha virando uma zumbi. Na figura 23 a internauta Paula Creu utiliza a rede social como uma forma de comunicação com os produtores de *The Walking Dead* para exemplificar suas sensações com a cena vista, pedindo que ‘o TWD’ não faça isso com os fãs, e na figura 24 e 25 os fãs enaltecem a personagem Sasha e mostram o quão impactante foi a cena.

Continuando nosso cálculo, a média dos *tweets* durante a duração do programa, incluindo intervalos para anúncios publicitários, chega a 2.600 *tweets* por minuto. Se dividirmos a média de *tweets* por minuto em 60 segundos, chegaríamos a 43 mensagens por segundo, são muitas informações para serem acompanhadas em conjunto com os acontecimentos na série.

Um estudo em laboratório na Bélgica validou e ampliou descobertas para demonstrar como os adultos jovens assistem aos noticiários. Exigindo que os espectadores respondam às tarefas de segunda tela, algumas das quais eram relevantes para as histórias das notícias e outras não, os pesquisadores descobriram que, independentemente da relevância do conteúdo de segunda tela, a lembrança de fatos do noticiário foi reduzida quando dividida a atenção.¹¹⁹ (GAZZALEY; ROSEN, 2016, p.118).

Os pesquisadores utilizam como exemplo uma dupla ação – televisão e redes sociais – em relação a programas jornalísticos, mas podemos atualizar a análise cognitiva para *The Walking Dead*. Com 43 mensagens por segundo e diferentes acontecimentos na série a cada minuto, é possível que a atenção e compreensão dos espectadores diminuam com a divisão de foco.

Por exemplo, um *tweet* permite até 240 caracteres, mas analisando as principais mensagens postadas no *Twitter* durante o episódio *The First Day of the Rest of Your Life* chegamos a 53 caracteres em média.¹²⁰ Para escrever esta quantidade de caracteres é preciso de no mínimo alguns segundos, - se não contarmos que os internautas revisam suas mensagens antes de postá-las ou que existem mais alguns segundos para pensar o que se está escrevendo - além da divisão do foco entre entender o que se passou na obra audiovisual e escrever um texto que converse com os outros fãs no *Twitter*. Todos estes pontos até o momento ocorrem quase que simultaneamente, por isso classificamos o *live-tweeting* como uma atividade cognitivamente complexa.

¹¹⁹ “A laboratory study in Belgium validated and extended these findings to demonstrate how young adults watch news programs. Requiring viewers to respond to second-screen tasks, some of which were relevant to the news stories and some of which were not, the researchers discovered that regardless of the relevance of the second-screen activity, factual recall of the news show was reduced when splitting attention”

¹²⁰ Para realizar este cálculo, buscamos quantificar entre as principais mensagens coletadas quantos caracteres cada uma tinha e depois realizamos uma média.

Além destes pontos, os espectadores continuam ouvindo o áudio de *The Walking Dead*, enquanto escrevem seus *tweets*, para não perder nada de importante ou que comprometa a compreensão da narrativa. O ato fica mais complexo ao pensarmos no idioma original da obra, em inglês, pois somente uma pequena parcela da população brasileira tem fluência para ouvir, decodificar e compreender o que está sendo dito.

Portanto, mesmo que os espectadores ouçam o idioma original, compreendam e decodifiquem em textos para o *Twitter*, esse processo precisa ocorrer em questão de segundos, assim a importância e alcance de um *tweet* não seria impactado.

Os números apresentados aqui podem mudar, dependendo da coleta ou programa, mas a complexidade e velocidade do *live-tweeting* continuam presentes sempre em obras como *The Walking Dead*, *Game of Thrones*, etc.

3.4 COLETA DE TWEETS DO EPISÓDIO “THE FIRST DAY OF THE REST OF YOUR LIFE”

Nossa análise tem como objeto o episódio *The first day of the rest of your life* de *The Walking Dead*, transmitido no dia 02/04/2017 no canal de televisão por assinatura FOX. O episódio foi escrito por Scott M. Gimple, Matthew Negrete e Angela Kang, a direção é de Greg Nicotero, quem já havia realizado a direção de outros 15 episódios de *The Walking Dead*.¹²¹ Durante a dissertação não incluímos todos os *tweets* presentes nos minutos analisados na obra audiovisual, pela grande quantidade de mensagens, e por se tratar de um estudo de caso, apresentamos somente as mensagens que possuem relação com nosso objetivo de análise estão figuradas, mas toda a listagem de *tweets* está presente em Anexo.

O começo do episódio já é um ambiente escuro e fechado, onde a personagem Sasha luta para manter-se acordada ou consciente. O espectador somente consegue visualizar que Sasha está com fones de ouvidos brancos, e ao fechar seus olhos um *flashback* entra em cena.

Os fãs que acompanham a série, ou pelo menos a sétima temporada, têm conhecimento que no episódio anterior, intitulado *They Need*, Sasha foi capturada ao tentar invadir a comunidade regida por Negan. Saber disso ilustra a possibilidade de Sasha ainda estar sobre controle de Negan neste local escuro, ou isso pode ser uma alucinação. Como falamos, na página 76, os espectadores descobrem depois, mais ao final do episódio, que Sasha está dentro de um caixão.

¹²¹ Para mais conhecimento do diretor: <http://pt-br.walkingdead.wikia.com/wiki/Greg_Nicotero> Acesso em: 04/03/2019

Já no *flashback*, que se dá na cena seguinte, Sasha é acordada em um sofá, por seu colega sobrevivente do apocalipse, Abraham Ford, que a informa que vai acompanhar outros sobreviventes em uma missão. Neste momento sabemos que esse *flashback* é do tempo passado e o local escuro o presente ou futuro, pois Abraham, um homem na casa de seus 45 anos e ex-soldado do exército americano, foi morto pelo antagonista no início da sétima temporada. Os espectadores que acompanham *The Walking Dead* sabem da proximidade que Sasha tinha com Abraham e sabem de sua morte.

A narrativa do episódio apresenta *diferentes focos*, mudando rapidamente entre a memória da personagem Sasha Williams e suas *alucinações* para o confronto do grupo de Rick e os Salvadores. Fica ao público entender o que realmente está acontecendo com a Sasha, pois a narrativa somente explicará a situação próximo ao final do capítulo, ponto que ilustra a complexidade narrativa em *The Walking Dead*.

Narrativas complexas frequentemente reordenam eventos através de flashbacks, recontando eventos passados, repetindo eventos de histórias a partir de múltiplas perspectivas e cronologias complicadas - estas são manipulações abertas do tempo do discurso, como estamos assumindo que os personagens experimentaram os eventos em uma progressão linear¹²² (MITTELL, 2015, p.26).

No decorrer do episódio vemos diversas cenas que transitam entre o local escuro e memórias do passado de Sasha, isso reflete na constatação que o *syuzhet*¹²³, ou seja, a trama do episódio em estudo, não apresenta uma ordem cronológica dos fatos e acontecimentos, portanto cabe ao público compreender o que ocorreu no passado e o que é presente e assim construir a fábula¹²⁴, a construção progressiva e cronológica dos eventos presentes no produto audiovisual (BORDWELL, 1985, p.49). Outra técnica utilizada pelos produtores é a inclusão de diferentes *plotlines* simultâneos, como por exemplo, as situações vividas pela personagem Sasha e outras com o grupo de Rick. *Plotlines* que não necessariamente serão concluídos neste episódio, mas inserem novas possibilidades e questionamentos.

O episódio em estudo apresenta um início de conclusão da trama proposta durante a sétima temporada. Rick e seu grupo foram controlados pelos Salvadores, grupo de vilões, desde o primeiro episódio da sétima temporada. Eles são obrigados a buscar alimentos, armas e outros objetos que possam ser do interesse dos Salvadores. Rick e seu grupo “aceitam” este acordo,

¹²² “Complex narratives often reorder events through flashbacks, retelling past events, repeating story events from multiple perspectives, and jumbling chronologies — these are overt manipulations of discourse time, as we are to assume that the characters experienced the events in a linear progression” Tradução do autor

¹²³ Terminologia dos formalistas russos – *Syuzhet* é a ordem em que a história é contada através do filme

¹²⁴ Terminologia dos formalistas russos – *Fabula* é a ordem cronológica dos acontecimentos

pois Negan possuiu uma força bruta muito superior, mas ao mesmo tempo eles buscam formas de quebrar essa submissão.

A possibilidade para não serem mais submissos é de ir à *guerra* contra os Salvadores, para isso o grupo de Rick busca auxílio e ajuda em outras comunidades que também estão sob controle opressor de Negan. O episódio 16, em estudo, tem como objetivo por parte dos protagonistas matar os Salvadores em uma última emboscada. Entretanto uma das ‘parcerias’ acaba sendo/virando uma traição a Rick e isso coloca os personagens cercados por vilões armados e furiosos.

A série *The Walking Dead* apresenta características de complexidade, não somente por seus diversos *plots*, mas também porque o público é apresentado regularmente a novos personagens, solicitando um esforço em lembrar de todos os protagonistas, antagonistas e suas histórias. Os acontecimentos de episódios anteriores afetam o presente, uma característica muito utilizada em *The Walking Dead*, resultando em um acúmulo de histórias, *plots* e arcos narrativos para os fãs lembrarem. Os roteiristas de conteúdos televisivos utilizam de técnicas para facilitar a compreensão do público; em seu livro *Storytelling in film and television* Thompson (2003, p.21) apresenta efeitos como a *dangling cause*, ou seja, um *plot* ainda não resolvido na narrativa que é citado por algum personagem para lembrar o telespectador enquanto outros eventos narrativos estão ocorrendo ao mesmo tempo, ajudando assim a audiência a ter um foco de atenção, e o *plot* em questão que será resolvido futuramente na narrativa. Esta *dangling cause* é presente na progressão cena por cena, quando ocorre uma breve lembrança ou indício da cena anterior, e também na recapitulação do que aconteceu em episódios anteriores, seja por meio de *flashbacks* ou em discussões entre personagens. Uma *dangling cause* presente em *The Walking Dead* é ‘resolvida’ neste episódio, em estudo, a qual será explicada no decorrer do texto: a resolução da decisão de ir à guerra contra Negan.

3.5 “THE FIRST DAY OF THE REST OF YOUR LIFE” E SEU PÚBLICO ATIVO

A cena escolhida para estudarmos apresenta uma das ‘reviravoltas’ na trama. A escolha do objeto não é aleatória, o capítulo 16 é o último da sétima temporada de *The Walking Dead*. Os episódios classificados como *season finale* proporcionam a conclusão de diferentes *plots* apresentados anteriormente, portanto o público ‘sabe’ em quais cenas esperar ações e fechamentos, pois a temporada inteira caminhou para esse último acontecimento.

Por conta de *The Walking Dead* ser uma adaptação de uma história em quadrinhos, com o mesmo título, a qual foi lançada anteriormente ao lançamento da série televisiva, o público

pode utilizar a HQ como fonte para criação de especulações e teorias. A história em quadrinho pode ser utilizada como um indicador de *foco* pelo público, mesmo as histórias sendo diferentes em alguns acontecimentos, o que ocorre na HQ não é 100% igual aos acontecimentos na série televisiva. Nosso *corpus* é a obra audiovisual, mas como *TWD* trata-se de um conteúdo baseado em outra fonte de dados, iremos entender como os espectadores fãs pode buscar respostas na HQ.

O universo *The Walking Dead* está presente também em games, livros e um *spin-off* televisivo intitulado *Fear The Walking Dead*, possuindo algumas características de narrativa transmídia:

A narrativa transmidiática refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento. A narrativa transmidiática é a arte da criação de um universo. Para viver uma experiência plena num universo ficcional, os consumidores devem assumir o papel de caçadores e coletores, perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais, comparando suas observações com as de outros fãs, em grupos de discussão on-line, e colaborando para assegurar que todos os que investiram tempo e energia tenham uma experiência de entretenimento mais rica (JENKINS, 2009, p.47).

Os fãs que leem a HQ, assistem a série e jogam os games, estão conhecendo mais e mais o universo de *TWD*, por isso que consideramos o *corpus* da dissertação como uma série com algumas características de transmídia, não todas elas. As demais mídias, de *The Walking Dead*, não estarão em nosso foco para análise, mas podem auxiliar o telespectador a compreender e participar do universo pós apocalíptico proposto, além da busca de *spoilers*, como veremos em alguns *tweets*. Portanto, vamos compreender a cena analisada e relacionar como o público pode utilizar estas outras mídias em função de uma maior compreensão. A cena apresenta seis personagens que pedem nossa atenção, vamos analisar dois frames por etapa para maior atenção a detalhes.

FIG. 26 – Personagens principais ajoelhados e cercados por vilões.



Fonte: episódio 16, temporada 07 - *The first day of the rest of your life* - *The Walking Dead*, 2017

No primeiro frame da figura de número 26, o espectador vê Rick, quem está ajoelhado, utiliza uma camisa jeans, cabelos molhados de suor no rosto e barba por ser feita (frame 2), seu estado de espírito é de preocupação pelo que está por vir e ira por ter sido traído. Como apresentado, Rick é um dos protagonistas da série e está presente desde o primeiro episódio, é pai de Carl, um rapaz ajoelhado ao seu lado (frame 1), utilizando chapéu de caubói, camisa xadrez aberta e uma camiseta cinza por baixo. No segundo frame, um *close-up* com câmera em foco no Rick, conseguimos ver no primeiro plano, mesmo que sem foco, um curativo no olho de Carl, seus cabelos longos e chapéu de caubói.

Em pé ao lado de Rick e Carl, temos Negan (frame 1), o antagonista das últimas duas temporadas (sexta e sétima) e líder do grupo de pessoas conhecidas como Salvadores, utilizando sua clássica jaqueta de couro e lenço vermelho, em sua mão (frame 1) está sua arma característica: um taco de baseball com arames farpados enrolados, apelidada, por Negan, de Lucille.

FIG. 27 – Diálogo entre os personagens Negan, Carl e Rick.



Fonte: episódio 16, temporada 07 - *The first day of the rest of your life* - *The Walking Dead*, 2017

Na sequência (fig. 27), Negan é apresentado em um plano de *close-up*, com seus cabelos sempre bem arrumados e com um ar de confiança. Sorrindo o antagonista conversa com os personagens explicando que a situação que a comunidade de Alexandria está, é totalmente culpa de Rick e que ele precisa resolver isso. Ainda de maneira irônica, e rindo, diz: “Talvez a culpa de tudo isso seja minha. Tenho de corrigir isso, acho que tenho de começar de novo”, fazendo uma alusão aos assassinatos do episódio *The Day Will Come When You Won't Be*, os quais analisamos no primeiro capítulo no subtópico 1.2.3. No caso, Negan havia acabado de capturar Rick e seu grupo e decidiu ensinar uma lição a eles, assassinando os personagens Glenn Rhee e Abraham Ford.

FIG. 28 – Conversa entre personagens Negan e Carl. E jogo de câmera para mudança de ambiente, personagens lutando.



Fonte: episódio 16, temporada 07 - *The first day of the rest of your life* - *The Walking Dead*, 2017

Outra antagonista está presente no primeiro frame da figura 28, ao fundo da cena, além de Negan. O público sabe pouco sobre Jadis (interpretada por Pollyanna McIntosh), somente que ela é líder de outro grupo de sobreviventes ao apocalipse zumbi, os quais vivem em uma área de lixo abandonada. Jadis apresenta roupas totalmente pretas e cabelo ruivo claro.

Para enfrentar Negan e seus comparsas, Rick decide buscar ajuda de outras comunidades, uma destas é com o grupo controlado por Jadis. Entretanto, essa parceria acaba se tornando uma traição aos moradores de Alexandria, pois Jadis havia feito um acordo, também, com Negan, pelas costas de Rick. E essa traição coloca os personagens na situação presente na figura 26, Rick e seu filho ajoelhados e dominados por Negan.

Uma das *dangling causes* presentes neste episódio é a enfática lembrança, por parte de Negan, do motivo de Rick e seu filho Carl estarem ajoelhados. Como Negan diz: “Não sei o que mais eu podia ter feito para avisá-lo. E isto não é um aviso. Isso é castigo.”, lembrando Rick - e os espectadores de série - que caso seu grupo tivesse continuado submisso a Negan, nada disso aconteceria. Não somente neste episódio, mas a frase de Negan é relacionada a vários

avisos feitos pelos vilões durante toda a sétima temporada: a rebelião era pior do que continuar submisso, uma rebelião somente traria mais mortes.

No primeiro frame da figura 28 Carl diz a Negan: “Você não vai vencer”, enfrentando diretamente, por meio de olhares, o vilão. Negan somente responde: “Acabou. Quero que aponte seu olho para aquela rua e olhe bem.”, querendo mostrar para Carl que a comunidade de Alexandria e seus moradores estão dominados, não existe uma escapatória.

Em um jogo de câmeras, no momento que Carl levanta seu rosto para olhar onde Negan está apontando, o cenário muda para a briga entre a personagem Michonne e uma das comparsas de Jadis, na cobertura de uma casa. A personagem Michonne, interpretada pela atriz Danai Gurira, é uma mulher negra na faixa de 30 anos, apresenta cabelos *dreadlocks* pretos, e está presente em *TWD* desde a terceira temporada. A vilã da cena apresenta roupas pretas e cabelos loiros, o espectador não tem informações sobre a mesma, somente que ela está no grupo de Jadis, é considerada uma personagem secundária.

A cena da briga, dura 16 segundos, sempre com a vilã acima de Michonne (frame 2 da figura 28) e apresenta um diálogo rápido da protagonista dizendo que eles viveriam e venceriam. Na sequência voltamos para o ambiente onde Rick e Carl estão e enxergamos a visão deles da cidade de Alexandria (figura 29), uma continuação do pedido de Negan no primeiro frame da figura 28.

FIG. 29 – Frames: comunidade de Alexandria, seus moradores mortos ou dominados estão ajoelhados.



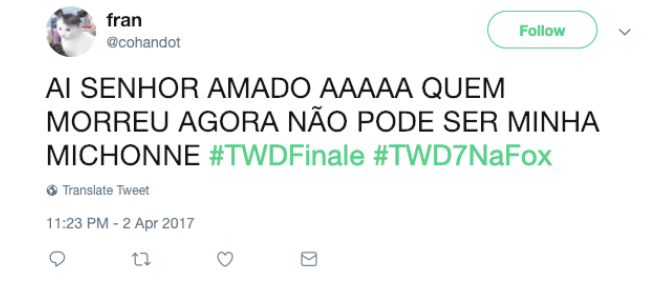
Fonte: episódio 16, temporada 07 - *The first day of the rest of your life* - *The Walking Dead*, 2017

O cenário da figura 29 e trama principal do episódio em estudo é a comunidade Alexandria, moderada por Rick. A comunidade possui um conjunto de casas, como um condomínio fechado, o qual é cercado por um muro de ferro, com somente uma única entrada.

A câmera trabalha como uma ambientadora do espaço e visão de Rick e Carl. No segundo frame da figura 29, em um movimento de câmera horizontal, da direita pra esquerda, os espectadores assistem a um vulto em movimento de queda do telhado da casa e um grito,

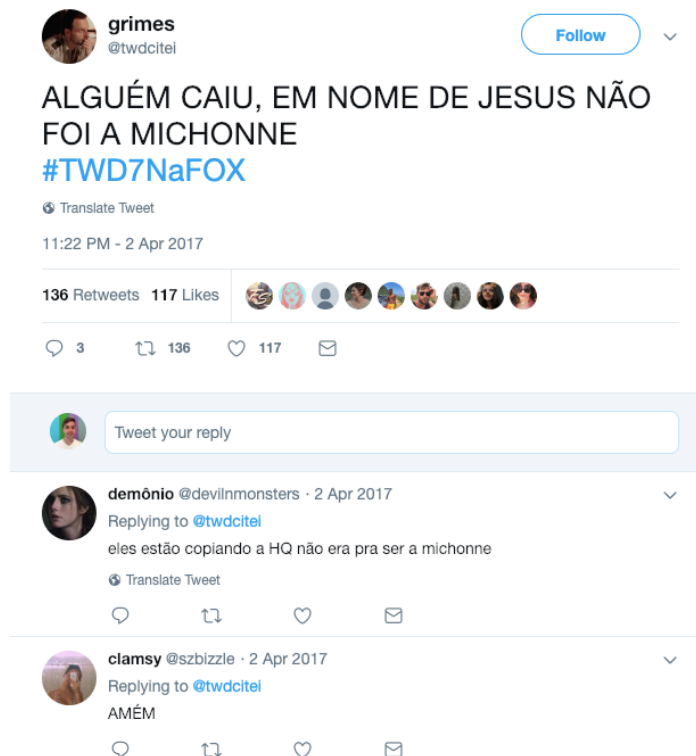
uma cena muito rápida e com grande plano geral. Neste momento o espectador não tem conhecimento de quem caiu, se foi Michonne ou a vilã (fig. 28). Com medo da possibilidade de perder uma personagem querida, os fãs recorrem ao ato de compartilhar no *Twitter*, como um escape e modo de conversar com outros fãs que podem estar sofrendo também:

FIG. 30 – *Tweet 23:23 02/04/2017*¹²⁵



FONTE: *Twitter*

FIG. 31 – *Tweet 23:22 02/04/2017*¹²⁶



FONTE: *Twitter*

¹²⁵ Disponível em: <<https://twitter.com/cohandot/status/848722603778899969>> Acesso em: 04/03/2019

¹²⁶ Disponível em: <<https://twitter.com/TwdCitei/status/848722427836334084>> Acesso em: 04/03/2019

FIG. 32 – *Tweet* 23:22 02/04/2017 ¹²⁷FONTE: *Twitter*

Os espectadores estão acompanhando cada acontecimento, indiferente se é com o personagem Rick ou Michonne. Alguns fãs até retomam a história em quadrinhos de *The Walking Dead* para reconfortar os fãs no *Twitter* que teriam medo da morte de Michonne, isso porque a história em quadrinho deu origem a série televisiva, e a cena que estamos analisando foi apresentada no volume de número 19¹²⁸, e a HQ foi publicada nos EUA em novembro de 2013, ou seja, quase quatro anos antes da exibição do episódio televisivo.

FIG. 33 – *Tweet* 23:22 02/04/2017 ¹²⁹FONTE: *Twitter*

A cena que a internauta Evelin Hernandes está retomando ocorre com a personagem Andréa, quem já morreu na série televisiva, mas que está viva na história em quadrinho. Lembramos ao leitor que mesmo a série televisiva sendo baseada na história em quadrinho, existem divergências entre plataformas. Na série televisiva Michonne faz o papel que Andrea desempenha na HQ, uma mulher independente e com um caso amoroso com Rick, por isso os fãs conseguem ver a similaridade, ou como veremos na figura 34, a versão original.

¹²⁷ Disponível em: <<https://twitter.com/leiavorgana/status/848722611664236548>> Acesso em: 04/03/2019

¹²⁸ Para maiores informações: <http://walkingdead.wikia.com/wiki/Volume_19:_March_To_War> Acesso em: 04/03/2019

¹²⁹ Disponível em: <<https://twitter.com/EvelinHernandes/status/84872261165122561>> Acesso em: 04/03/2019

FIG. 34 – ilustrações da cena analisada (figura 28 e 29), cena original presente na HQ



Fonte - HQ *The Walking Dead* volume 19, edição 113, ano 2013 – título *March To War*¹³⁰

Na história em quadrinho, Rick se encontra dominado por Negan, como na série televisiva. E Andrea está lutando, próxima a uma janela, contra um vilão na parte superior de uma igreja. O vilão com calças camufladas, comuns no exército, está em cima de Andrea e apertando seu rosto e corpo contra o abismo da janela. Na cena televisiva, Michonne está na mesma posição, mas sem ser em uma janela, está de costas a uma mureta na cobertura da casa. Na HQ e na série, Rick vê um vulto caindo e lembra de sua amada.

Quando a espectadora @EvelinHernandes posta em seu *Twitter* que Michonne está viva, é pelo fato desta fã já ter lido a história em quadrinho. Porém, essa mensagem carrega mais do que simplesmente um fato, ela carrega *spoilers*.

Em narrativas com características transmídias ou baseadas em histórias já divulgadas, como é o caso de *The Walking Dead*, os *spoilers* ou parte deles estão disponíveis para o público acessar, cabe a eles essa decisão. O problema em questão é como os fãs poderiam compartilhar suas descobertas e informações, participando de discussões e grupos, e não atingir os espectadores que não desejam receber *spoilers*? Uma prática comum na internet é a inclusão de

¹³⁰ Lançada nos EUA dia 19/11/2013 e sem data de lançamento no Brasil. A tradução foi realizada por Vertigem HQ, site amador que traduz histórias em quadrinho para português de maneira digital.

avisos informando qual tópico ou post apresenta informações que podem ser consideradas como *spoiler*. Alguns fóruns, como *Reddit* e *IMDB* apresentam tarjas coloridas que escondem textos que possuem informações que podem revelar algo na trama, o único modo de ver seria selecionando aquela área colorida com o mouse.

Existem aplicativos e softwares criados para prevenir que os usuários de redes sociais visualizem *spoilers*, como por exemplo: *FB Purity*¹³¹, o qual bloqueia palavras de acordo com filtros pré-definidos pelo usuário na rede social *Facebook*. E pensando na rede social *Twitter*, o *Larry Filter*¹³² permite bloquear não somente palavras, mas *hashtags* e também usuários que costumam postar muitos *spoilers*. A extensão para o navegador da internet Google Chrome, *Unspoiler*¹³³, permite escolher quais seriados televisivos não se deseja receber *spoilers* e a extensão, automaticamente, irá filtrar todos os conteúdos acessados na web, criando uma marcação vermelha e avisos na página que podem ter conteúdos reveladores da narrativa.

Mesmo com todas estas ferramentas evitar *spoilers* é quase que impossível, pois a definição do que é considerado como *spoiler* varia em cada espectador. Para a internauta, Evelin (fig. 33), a resolução da cena pode não ser vista como um *spoiler*, mas somente um conforto para os demais espectadores que estão com medo de perder Michonne, por exemplo, na figura 31, uma internauta após descobrir que a cena é igual da HQ responde um “Amém” no *tweet*.

Continuando nossa análise, vemos Rick (frame 1 – fig. 35) desolado pela possível morte de Michonne, olhando para cima, em direção ao local onde o corpo caiu da casa. E Negan utiliza isso como oportunidade para machucar emocionalmente Rick, dizendo enquanto ri: “Uau, perdeu alguém importante para você agora...neste instante. Credo. Que oportuno”. A cena (fig. 35) apresenta *close-ups* entre as personagens Rick e Negan, com objetivo de mostrar a relação entre os dois, quem tem poder sobre quem e quão abalado o protagonista pode estar. É uma briga de forças que estão sendo tramadas nestes segundos.

¹³¹ FB Purity - <<https://www.fbpurity.com/features.htm>>

¹³² Larry Filter - <<https://chrome.google.com/webstore/detail/larry-filter-for-twitter/ifgdeokhnfkbdocafpokgdnnfbbok?hl=pt-BR>>

¹³³ Unspoiler - <<http://www.unspoiler.tv/>>

FIG. 35 – Foco no personagem Rick e Negan, objetivo mostrar suas emoções.



Fonte: episódio 16, temporada 07 - *The first day of the rest of your life* - *The Walking Dead*, 2017

Negan diz que a situação é culpa de Rick, por causa dele Carl vai precisar morrer e que depois vai quebrar as mãos de Rick. O protagonista não esboça falar uma palavra, somente olha para Negan diretamente em seus olhos, enquanto algumas lágrimas escorrem pela sua face.

FIG. 36 – Foco no personagem Rick e Negan, objetivo mostrar suas emoções.



Fonte: episódio 16, temporada 07 - *The first day of the rest of your life* - *The Walking Dead*, 2017

Em um momento de forças Rick não aceita a situação e jura Negan de morte (fig. 36): “Pode fazer isso na minha frente. Pode quebrar minhas mãos. Eu já te disse, vou te matar. Vou matar todos vocês. Talvez não hoje, nem amanhã...mas nada irá mudar isso. Nada. Vocês já estão mortos”, juramento que Negan reage com uma risada, mas não uma risada normal, algo mais de nervoso e tensão.

FIG. 37 – Segundos que ocorrem o ataque da tigresa Shiva.



Fonte: episódio 16, temporada 07 - *The first day of the rest of your life* - *The Walking Dead*, 2017

Na sequência Negan se levanta e prepara-se para matar Carl, utilizando seu taco de *baseball* característico, o antagonista se posiciona atrás do rapaz, tira seu chapéu e levanta a arma (frame 1 – figura 37). Em questão de segundos, entre o segundo e o quarto frame (fig. 37) a tigresa Shiva entra em cena, atacando um homem que faz parte do grupo de Negan. Shiva é uma tigresa pertencente a outro grupo de sobreviventes ao apocalipse zumbi, uma comunidade denominada Reino, comandada pelo personagem Rei Ezekiel.

É questão de segundos entre Negan levantar seu taco de *baseball* e a chegada de Shiva na cena, salvando a vida de Carl, o vilão fica tão assustado e confuso que não completa seu ataque. No decorrer deste capítulo vamos analisar como foi a recepção dos fãs sobre esta cena e possíveis influências no duplo ato – compartilhar e assistir.

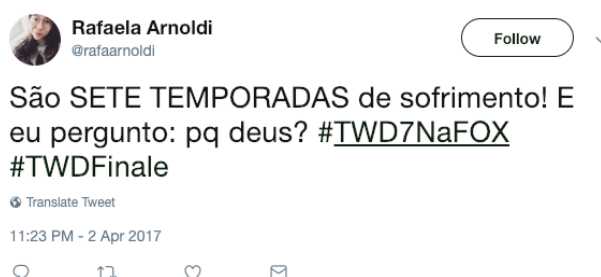
FIG. 38 – Entrada dos moradores do Reino para salvar Rick e seu grupo.



Fonte: episódio 16, temporada 07 - *The first day of the rest of your life* - *The Walking Dead*, 2017

Na cena seguinte aparece a entrada do Rei Ezekiel na cidade de Alexandria, para salvar os *mocinhos* das mãos de Negan (quarto frame - figura 38). Ezekiel, é interpretado pelo ator Khary Payton, na cena veste roupas pretas e um colete de proteção na área peitoral, o rei possui dreadlocks grisalhos. O Reino, comunidade comandada por Ezekiel, também é dominado pelos Salvadores, por isso seus membros aceitaram participar desta rebelião, organizada por Rick e seu grupo.

Nas próximas cenas o espectador vê os vilões e Negan fugindo, durante um tiroteio generalizado, e a comunidade de Alexandria e o Reino se encontrando. Concluindo a situação, considerada por muitos espectadores, como tensa ou de sofrimento:

FIG. 39 – *Tweet 23:23 02/04/2017*¹³⁴

FONTE: *Twitter*

¹³⁴ Disponível em: <<https://twitter.com/rafaarnoldi/status/848722617125228544>> Acesso em: 04/03/2019

E também, mostram como as cenas analisadas são complexas, na visão dos espectadores, por terem muitos acontecimentos em poucos minutos:

FIG. 40 – *Tweet 23:23 02/04/2017*¹³⁵



FONTE: *Twitter*

Os frames analisados foram exibidos pela FOX entre 23h22m e 23h27m, horário de Brasília. Os principais acontecimentos do episódio foram às 23h24m e 23h25m, em relação aos quais analisaremos os *tweets*, para descobrir como o público reagiu.

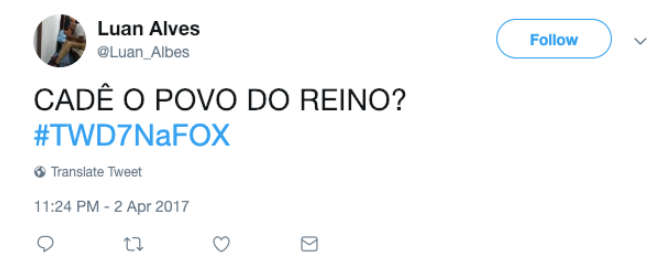
Na figura 37, Negan prepara-se para matar Carl, como forma de punição por Rick e os outros de terem se rebelado. Existem ameaças reais aos personagens, mesmo eles sendo protagonistas, *The Walking Dead* já instaurou em episódios anteriores que nenhum personagem está a salvo, como por exemplo no início da sétima temporada, o público assiste a morte de dois personagens (Glenn e Abraham), Glenn presente e admirado pelos fãs desde a primeira temporada.

Nas *mise-en-scène* não temos um aviso de que os protagonistas serão salvos, mas os telespectadores que acompanharam a série durante toda sua temporada sabem que outros grupos irão participar da guerra contra Negan. Os moradores do Reino são apresentados no começo do

¹³⁵ Disponível em: <<https://twitter.com/FelipeNor011/status/848722427882373120>> Acesso em: 04/03/2019

episódio indo para o encontro *final* com seus opressores e esta *dangling cause* foi exposta por diferentes personagens em capítulos anteriores e, possivelmente, será resolvida na parte final do episódio ou em seu clímax. Então por que, durante a transmissão das cenas referentes às figuras 35 e 36 (p.89), diversos usuários questionaram e, possivelmente, previram que o outro grupo iria salvar Rick e Carl? Esta reação pode ser vista nos *Tweets* abaixo:

FIG. 41 – *Tweet* 23:24 02/04/2017¹³⁶



FONTE: *Twitter*

FIG. 42 – *Tweet* 23:24 02/04/2017¹³⁷



FONTE: *Twitter*

FIG. 43 – *Tweet* 23:23 02/04/2017¹³⁸

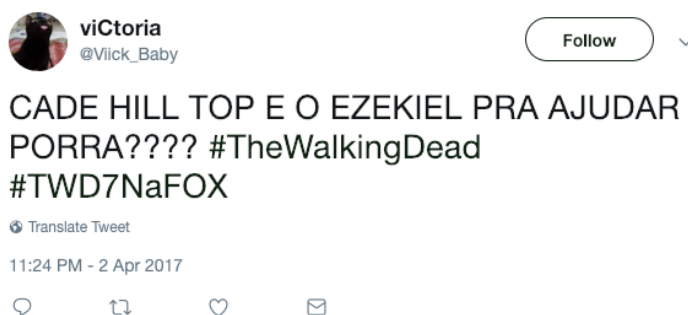


FONTE: *Twitter*

¹³⁶ Disponível em: <https://twitter.com/Luan_Albes/status/848722783525908480> Acesso em: 04/03/2019

¹³⁷ Disponível em: <<https://twitter.com/stopthedead/status/848722778794668033>> Acesso em: 04/03/2019

¹³⁸ Disponível em: <<https://twitter.com/BiihManu/status/848722647810789376>> Acesso em: 04/03/2019

FIG. 44 – *Tweet* 23:24 02/04/2017¹³⁹FONTE: *Twitter*FIG. 45 – *Tweet* 23:24 02/04/2017¹⁴⁰FONTE: *Twitter*

Durante o trecho analisado não existe um *deadline* claramente colocado, por exemplo, um tempo que Negan dá aos personagens para se renderem ou fugirem, a narrativa ocorre em poucos minutos e de maneira rápida, o *deadline* é uma expressão utilizada por Thompson (2003, p.24) que define horários/tempos colocados pela narrativa ou personagens para um acontecimento ocorrer, como por exemplo, em filmes de ação, em que o vilão coloca uma bomba-relógio e o tempo para sua explosão é mostrada ao público pela câmera, isso desencadeia a narrativa do herói ter X tempo para realizar uma ação e salvar a cidade/mocinha. Em *The Walking Dead*, na cena em análise, o *deadline* é criado pela tensão na atuação de Rick, visto nos *close-ups* da figura 35 e 36, os quais instigam e levam ao compartilhamento das reações do público no *Twitter*, os quais sabem o que pode ocorrer caso Rick e Carl não sejam salvos.

No momento seguinte, o ‘esperado’ pelos telespectadores e usuários do *Twitter* ocorre; Shiva e os moradores do Reino aparecem para salvar os personagens Rick e Carl. Estes frames

¹³⁹ Disponível em: <https://twitter.com/Viick_Baby/status/848722765641330688> Acesso em: 04/03/2019

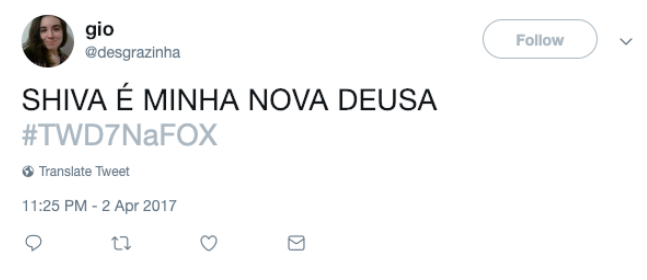
¹⁴⁰ Disponível em: <<https://twitter.com/elyqueenx/status/848722485948411905>> Acesso em: 04/03/2019

(figuras 37 e 38) apresentam não somente uma conclusão do *deadline*, mas criam uma ‘euforia’ positiva por parte dos fãs, os quais aceitam parar de prestar atenção na narrativa para irem postar no *Twitter* suas reações, isso pode ser caracterizado como uma interrupção:

Interrupções são a outra principal fonte de interferência de metas. A diferença das distrações é que as interrupções acontecem quando você toma a decisão de se envolver simultaneamente em mais de uma tarefa ao mesmo tempo e até mesmo se tentar alternar rapidamente entre elas. Assim como as distrações, as interrupções podem ser geradas interna ou externamente.¹⁴¹ (GAZZALEY; ROSEN, 2016, p.7).

Estes tipos de interrupções podem ser vistos, durante todo o ato de *live-tweeting*, e nos *tweets* abaixo, referentes à conclusão do principal *plot* do episódio analisado.

FIG. 46 – *Tweet* 23:25 02/04/2017¹⁴²



FONTE: *Twitter*

FIG. 47 – *Tweet* 23:25 02/04/2017¹⁴³



FONTE: *Twitter*

¹⁴¹ “Interruptions are the other major source of goal interference. The difference from distractions is that interruptions happen when you make a decision to concurrently engage in more than one task at the same time, and even if you attempt to switch rapidly between them. Just like distractions, interruptions may be generated internally or externally” Tradução do autor

¹⁴² Disponível em: <<https://twitter.com/desgrazinha/status/848722973892759553>> Acesso em: 04/03/2019

¹⁴³ Disponível em: <<https://twitter.com/BiancaM52038372/status/848722973955694594>> Acesso em: 04/03/2019

FIG. 48 – *Tweet 23:25 02/04/2017*¹⁴⁴

FONTE: *Twitter*

Essas reações confirmam o que escreveu Umberto Eco (1989, p.124) “A série consola o leitor porque premia a sua capacidade de prever; ele fica feliz porque se descobre capaz de adivinhar o que acontecerá, e porque saboreia o retorno do esperado” essa característica das narrativas seriadas, possivelmente, permite que o público esteja mais aberto a compartilhar suas opiniões e sentimentos referentes à série assistida. Mesmo em outra época, com séries mais complexas do que aquelas que Eco tinha em mente, ainda assim acontece o mesmo efeito.

Os espectadores que acompanharam a narrativa tiveram um certo alívio, quando a tigresa Shiva entrou em cena. Essa felicidade dos telespectadores, uma verdadeira “euforia” de caráter positivo em termos de audiência, pode ter influenciado o entendimento de detalhes da cena/produto audiovisual? Diversas vezes no episódio o público é apresentado a cenas com o grupo protagonista (Rick e companhia) em minoria e a comunidade Alexandria dominada. Portanto levantamos o questionamento de como Shiva e outros personagens do Reino conseguiram entrar na cidade (figuras 37 e 38) sem serem vistos ou fazerem algum barulho e por onde eles entraram, já que o portão principal e todas suas ruas estavam dominadas pelos vilões. Caso eles, os membros do Reino, tivessem sido vistos ou ouvidos, Negan poderia ter sido avisado e isso mudaria a resolução dessa trama.

A euforia proporcionada pelo salvamento dos protagonistas possibilitou que o público, em sua maioria, não questionasse o fato de que nenhum dos personagens principais tenha levado um tiro ou morrido, após a chegada da tigresa Shiva. Em momentos de tensão, quando existem armas de fogo, disparos acabam sendo realizados “involuntariamente” e os projéteis podem

¹⁴⁴ Disponível em: <<https://twitter.com/munixmat/status/848722978137403392>> Acesso em: 04/03/2019

atingir as pessoas mais próximas. Mas, no final do episódio descobrimos que nenhum protagonista foi atingido ou ferido, mesmo quando o grupo de Negan está fugindo da comunidade Alexandria, eles sempre estão atirando em direção a Rick e companhia.

Os telespectadores estão tão imersos na trama e tensão da cena – a possível morte de um dos personagens principais – que não se preocupam com detalhes e não notam inconsistências na narrativa no momento de transmissão/consumo durante o *live-tweeting*, podendo ser por um carácter sentimental com a série e também pela dupla ação realizada – tuitar e assistir.

A realização de duas atividades quase ao mesmo tempo não é facilmente *focada* pelo nosso sistema sensorial, como os estudos cognitivos apontam. Realizar duas ações simultaneamente, como falar no telefone e ler um e-mail ou dirigir um automóvel e ler/responder uma mensagem de texto apresentam uma mudança de foco de atenção, precisamos olhar para a outra fonte de informação e ao direcionar nossa visão, mudamos o foco de atenção, isso ocorre pois ambas as ações usam o mesmo sistema sensorial (GAZZALEY; ROSEN, 2016, p.76).

Então como o público consegue enviar mensagens ao feed do *Twitter* e assistir à programação quase que simultaneamente? Existem diferentes fatores que, possivelmente, modificam e caracterizam nossas percepções ao assistir a conteúdos televisivos: imersão na trama, evolução da narrativa e divulgação de opiniões por parte de terceiros. Apresentamos algumas hipóteses possíveis:

1. O público compreende a trama por meio da leitura de mensagens compartilhadas no *Twitter* e outras redes sociais;
2. O som seria um ponto focal, quando a trilha da série ou filme aumentasse ou mudasse, o público iria, mesmo que rapidamente, olhar para a tela em busca da fonte som;
3. Possível uso, por parte do público, de outras fontes, como a HQ.

O primeiro ponto está presente durante toda a dissertação, como vimos nos *spoilers*, mas também em todas as mensagens compartilhadas referente a série. Caso o espectador tenha perdido alguma cena ou acontecimento da narrativa, ele pode buscar no *Twitter* e entender por meio de textos, *gifs* e imagens o que ocorreu. Mesmo que essa atividade seja complexa:

FIG. 49 – *Tweet* 23:25 23/10/2016 ¹⁴⁵

FONTE: *Twitter*

Com tom de humor, o fã de *The Walking Dead*, Vitor comentou no *Twitter*, durante o primeiro episódio da sétima temporada – objeto analisado no primeiro capítulo da dissertação – o quão complicado ou complexo era comentar na *TL*¹⁴⁶ e acompanhar o que está acontecendo na narrativa da série, como explicamos no subcapítulo 3.3. O processo de *live-tweeting* não é tão simples quanto diz o senso comum acerca da suposta capacidade multitarefa dos espectadores.

O segundo ponto, o som. Do oitavo ao nono frame, na fig. 36 (p.89), a trilha sonora não existe; somente a respiração e falas, em baixo volume. Ao pensarmos no silêncio, utilizamos o estudo de Inês Gil (2011), com a ideia de que o uso do som é uma técnica para sugerir emoções das personagens. Nos frames onde não existe trilha sonora o telespectador é apresentado à criação da atmosfera da cena, ilustrando a relação de ódio entre Rick e Negan, a qual será

¹⁴⁵ Disponível em: <https://twitter.com/vitorvieira_/status/790365741900070913> Acesso em 04/03/2019

¹⁴⁶ *TL* – diminutivo de *timeline*, o *feed* do *Twitter* e outras redes sociais

trabalhada pela narrativa em futuras temporadas. A pesquisadora Gil aponta: “o silêncio reforça a presença da imagem e sua visibilidade” (2011, p. 180).

Entretanto, para alguns públicos de *The Walking Dead* o silêncio pode ser um momento de ler e atualizar seu *feed* do *Twitter*. Entre o segundo e terceiro frame da figura 37, a trilha aparece novamente de modo crescente, e ouvimos o rugido da tigresa Shiva, como também gritos por parte do homem que foi atacado. Esse uso do áudio é importante para chamar novamente a atenção do telespectador, mudando o foco de seu sistema sensorial do *Twitter* para a televisão: “O estilo sonoro, em particular, é um estímulo inestimável para levar/puxar os telespectadores ao fluxo da televisão”¹⁴⁷(BUTLER, 2010, p.14).

O terceiro ponto permite uma maior elaboração de nosso pensamento crítico. Como mencionado anteriormente, a HQ é uma das fontes de possíveis especulações por parte do público. Uma parte do público do conteúdo televisivo pode vir a estar *mais preparado* para a compreensão da cena, como vimos no *tweet* da cena de Michonne na figura 33 (pg. 87), permitindo-se dividir sua atenção entre *feed* de tweets e a série na televisão. Em outras palavras, se o telespectador mais ativo já tem uma noção, por ter lido a HQ de *The Walking Dead*, ele pode ter um maior interesse em postar mensagens no *Twitter* aguardando os protagonistas serem salvos. É importante analisarmos e compararmos as cenas presentes no produto audiovisual e como as mesmas são reproduzidas na HQ.

FIG. 50 – Ilustrações da cena analisada (figura 37)



Fonte - HQ *The Walking Dead* volume 19, edição 114, ano 2013 – título *March To War*¹⁴⁸.

¹⁴⁷ “Sound style, in particular, is an invaluable stimulus for pulling viewers to the television flow” Tradução do autor

¹⁴⁸ Lançada nos EUA dia 19/11/2013 e sem data de lançamento no Brasil. A tradução foi realizada por Vertigem HQ, site amador que traduz histórias em quadrinho para português de maneira digital.

Na HQ, Rick e seu grupo também são dominados pelos Salvadores, mas com diferença de que nesta mídia temos quatro personagens ajoelhados e prontos para morrer, os quais são salvos, também, por Shiva a tigresa, os moradores da comunidade O Reino e um terceiro protagonista. Portanto, o telespectador televisivo, pode sim utilizar a HQ como fonte de informação e foco de sua experiência de assistir *The Walking Dead*. E até saber o que vai acontecer na série televisiva.

E estes *tweets* com sua agilidade e possibilidade de distribuição do conteúdo impactam outros espectadores de *The Walking Dead*. Todos que acessarem o *Twitter* podem ler o que os fãs estão comentando, mesmo que existam mensagens e informações importantes para a trama.

Como Nussbaum explica, “os programas estão se tornando mais como livros: se você quer saber o que vai acontecer adiante, simplesmente dê uma espiada na última página [...] Com os *spoilers* à mão, um espectador pode assistir a um programa com distanciamento, analisando-o como um crítico, em vez de ficar imerso como um neófito... Mas o preço por esse privilégio é que você nunca consegue realmente assistir a um programa pela primeira vez” (JENKINS, 2009 p.87-88).

Um espectador mais ativo e interessado em saber o que vai ocorrer com a narrativa pode contar com a história em quadrinho e outras mídias que o universo de *TWD* está presente, no momento atual da *Social TV* é mais fácil encontrar *spoilers* do que evitá-los. Caso um espectador não assista a um episódio no momento de sua primeira transmissão, ele estará sujeito a receber *spoilers* em redes sociais e presencialmente:

FIG. 51 – *Tweet* 23:23 02/04/2017 ¹⁴⁹



FONTE: *Twitter*

¹⁴⁹ Disponível em: <<https://twitter.com/ItsSeuCrush/status/848722719021686784>> Acesso em: 04/03/2019

FIG. 52 – *Tweet 23:25 02/04/2017*¹⁵⁰

FONTE: *Twitter*

Em *The Walking Dead* os *spoilers* ocorrem, de maneira geral, como qual personagem vai morrer ou se transformar em morto-vivo, ou mesmo, como uma situação, como vimos com a entrada da tigresa Shiva, vai ocorrer. E seus espectadores buscam formas de evitá-los, sem perder sua presença no *live-tweeting* e na *social media*.

Outro exemplo, de possíveis *spoilers* entre a narrativa televisiva e HQ, seria a aparição de canibais no primeiro episódio da quinta temporada (2014-2015) da série televisiva. Como pontuamos, acontecimentos não esperados pelo público tendem a gerar maiores conversas em fóruns e redes sociais, entretanto a história em quadrinho, neste arco narrativo, apresenta diferenças no nome dos grupos canibais, localizações e número de antagonistas em relação a série televisiva, portanto somente utilizar a história em quadrinho não garantiria um maior ‘controle’ sobre os acontecimentos ou *spoilers*.

¹⁵⁰ Disponível em: <<https://twitter.com/iestrsde/status/848722466830774273>> Acesso em 04/03/2019

O arco *Terminus*, localização onde canibais se organizavam, acabou gerando um viés negativo na visão de alguns fãs, pois o seriado trabalhou durante a maior parte da quarta temporada com a especulação que algo aconteceria no *Terminus*, e sua trama principal foi resolvida em somente um episódio, o primeiro da quinta temporada. A criação e elaboração do suspense acabaram sendo maior que a resolução do problema apresentado na narrativa. Acontecimentos com alto grau de expectativa dos fãs podem, também, resultar em um maior compartilhamento de informações da narrativa, como críticas, principalmente durante o *live-tweeting*, onde as emoções estão mais sensíveis e menos racionais.

Os *spoilers* estão mais presentes em narrativas seriadas televisivas que possuem universos em outras mídias do que em programas como *reality shows* ao vivo, por exemplo. O público ‘não consegue prever’ quando um participante será eliminado do *reality show*, mas consegue compreender futuros acontecimentos narrativos, em séries com características clássicas e complexas.

a Internet pode hospedar e compartilhar vastos recursos paratextuais projetados especificamente para ajudar a orientar os espectadores de periódicos em série. As séries de televisão, portanto, não são tratadas como obras autônomas e independentes de seus criadores ou de seus fãs, mas sim de um cenário de mídia em que os paratextos on-line são sempre parte do potencial fluxo intertextual do espectador ¹⁵¹ (MITTELL, 2015, p.262).

Existem diferentes fatores que modificam nossa relação e percepção de conteúdos televisivos, os telespectadores recebem as informações de diversas maneiras, não existe somente um modelo de consumo audiovisual atualmente.

Pelos *tweets* analisados compreendemos que a ação de tuitar e assistir à séries televisivas com características de narrativa complexa não influencia totalmente o modo pelo qual o público recebe e compreende a trama. Essa dupla ação pode sim afetar a compreensão em pequenos detalhes, como a entrada de Shiva e nenhum dos personagens principais terem morrido. Entretanto, os espectadores não enxergam como um problema, no caso de *The Walking Dead*, perder ou não compreender parte de uma cena ou diálogo na série por estarem tuitando naquele momento, isso porquê estas informações perdidas podem ser retomadas no *feed* do *Twitter*, com as mensagens dos demais espectadores que estão realizando o ato de *live-tweeting*.

¹⁵¹ “the Internet can host and share vast paratextual resources designed specifically to help orient viewers of ongoing serials. Television series are thus not treated as stand-alone, self-contained works by either their creators or their fans but rather exist in a media landscape where online paratexts are always part of a viewer’s potential intertextual flow” Tradução do autor

Seus fãs buscam realizar esta dupla ação mesmo com o risco de perder algo importante na narrativa ou algum comentário que pode ser interessante no *Twitter*, o objetivo aqui é ter uma participação mais ativa com outros internautas, compartilhando suas sensações com a narrativa minuto a minuto, e cena a cena.

CONCLUSÃO

Durante a dissertação apresentamos diferentes frentes que complementam a experiência dos espectadores em relação à *Social TV* em séries ficcionais televisivas, pontos que nos levaram a concluir que a presença do *como se fosse ao vivo* está cada vez mais forte, neste mundo conectado e tecnológico que vivemos, e o modelo de consumo seguindo a grade televisiva continua presente no audiovisual televisivo, caso a obra ficcional saiba conversar e criar narrativas que criem experiências para seus espectadores.

Com a disponibilidade a qualquer momento de assistir uma série - o conteúdo converge entre diferentes plataformas -, os espectadores não possuem um compromisso de horário com a série, entretanto vimos que quanto mais tempo após a primeira transmissão, maior será a presença de mensagens com *spoilers* em redes sociais e, também, presencialmente. O impacto destas mensagens no modelo de consumo audiovisual é uma volta a seguirmos uma grade de programação, garantindo assim a presença dos espectadores em um mesmo horário, e recebendo a narrativa ao mesmo tempo, para então comentarem de maneira síncrona à exibição e evitando receber mensagens com a resolução de *plots* narrativos.

A unificação da grade de programação televisiva e a presença no *Twitter* de uma grande parcela dos espectadores reforça o lado social que as novas narrativas buscam, criando momentos únicos e que instiguem os espectadores a comentarem sobre cada acontecimento, seja presencialmente na sala de estar, no entorno do bebedouro ou máquina de café no trabalho e, principalmente, em tempo real com outros milhares de fãs por meio de canais digitais. A evolução do *watercooler television* é o *live-tweeting*, que ocorre em séries com características narrativas complexas e uma base de fãs ativos e interagentes.

Notamos alguns motivadores para a realização do *live-tweeting* em séries televisivas, utilizando de *The Walking Dead* como objeto de análise, em sua maioria as mudanças na narrativa ou momentos importantes são os mais comuns motivadores, como vimos com a entrada da Shiva, no terceiro capítulo da dissertação. Outros motivadores podem ser visualizados no *tweets* coletados: tristeza, participação de um grupo, atuação dos atores e evitando *spoilers*.

A tristeza é um motivador comum em narrativas que ocorrem evolução dos personagens, como vimos no primeiro capítulo da dissertação com a morte de Glenn. Os fãs de *TWD* criaram uma conexão emocional com o personagem, no decorrer das temporadas e arcos narrativos, portanto sua morte foi sentida e uma motivadora para postar *tweets*:

FIG. 53 – *Tweet* 23:54 23/10/2016¹⁵²

FONTE: *Twitter*

Uma análise feita por pesquisadores do MIT com foco na série *Downton Abbey* ilustra essa sensação de medo e motivação para tuitar que permeia as séries televisivas e seus fãs: “Muitos participantes mencionaram que os sentimentos de pesar e tristeza os levaram a postar tweets sobre a série televisiva. Eles atribuíram isso às conexões emocionais que fizeram com os personagens durante toda a série”¹⁵³ (SCHIRRA; SUNHUAN; BENTLEY, 2014).

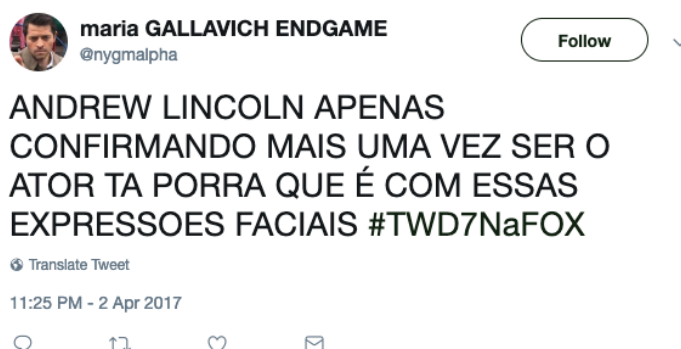
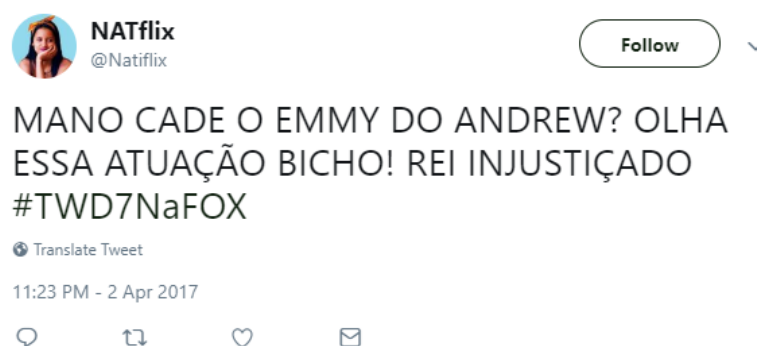
A figura 53 ilustra essa tristeza motivadora para realizar o ato de *live-tweeting*. Os espectadores de uma série televisiva podem criar relações com os personagens ao longo de episódios e temporadas, e uma cena com a morte de um deles instiga essa tristeza.

A presença de diversos espectadores conectados em um único local - no *Twitter* - e em um mesmo horário - seguindo a grade de programação-, é outro motivador para o *live-tweeting*. Postar nas redes sociais sobre o que se está assistindo é sentido como uma prática de ser visto, especialmente quando os espectadores estão assistindo à televisão sozinhos. Existe uma sensação de fazer parte de fenômeno comunicacional, os *tweets* são mensagens enviadas que vão além de um círculo de amigos, mas mensagens que alcançam pessoas em todo o país compartilhando a mesma experiência televisiva.

Outro motivo para o *live-tweeting* é mais relacionado aos atores, do que os personagens e narrativa de *The Walking Dead*, uma mensagem que apareceu com grande destaque em nossas análises é na atuação do ator Andrew Lincoln, quem faz o personagem Rick Grimes.

¹⁵² Para acessar o *tweet* - <https://twitter.com/rickgrimws/status/790370820115795968> . Último acesso em 24/02/2019

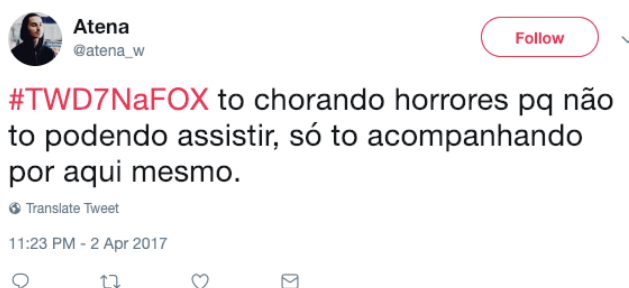
¹⁵³ “Many participants mentioned that feelings of grief and sadness prompted them to post tweets about the show. They attributed this to the emotional connections they had made with the characters throughout the series”
Tradução do autor

FIG. 54 – *Tweet* 23:25 02/04/2017¹⁵⁴FONTE: *Twitter*FIG. 55 – *Tweet* 23:23 02/04/2017¹⁵⁵FONTE: *Twitter*

Este tipo de *tweet* ao vivo não é, necessariamente, direcionado para o protagonista ficcional da série, mas sim para o ator e os produtores de *The Walking Dead*. Ilustrando o interesse dos espectadores conversarem e impactarem em algo que vai além da obra audiovisual.

¹⁵⁴ Para acessar o *tweet* - <https://twitter.com/nygmalpha/status/848723079203348480> . Último acesso em 24/02/2019

¹⁵⁵ Disponível em: <<https://twitter.com/Natiflix/status/848722708322021377>> Acesso em: 04/03/2019

FIG. 56 – *Tweet* 23:23 02/04/2017 ¹⁵⁶

FONTE: *Twitter*

A espectadora Atena compartilhou, durante a transmissão do último episódio da sétima temporada de *TWD*, que ela não estava conseguindo assistir pela televisão o episódio, mas estava acompanhando pelo *Twitter*. Este tipo de *tweet*, mesmo que não presente diversas vezes em nossa coleta, representa a ideia de nossa dissertação e do *live-tweeting*: os espectadores querem fazer parte da discussão sobre suas séries preferidas, e o *Twitter* é um canal ideal para isso – por conta da presença de outros fãs e demais pontos explorados no capítulo 2 – ao juntar isso com o receio de receber *spoilers*, o modelo audiovisual atual faz com que os espectadores se organizem para acompanhar a série durante sua primeira transmissão seguindo a grade televisiva, mesmo que isso seja, como o caso de Atena (figura 56), somente pelo *Twitter*.

A organização narrativa de *The Walking Dead*, com suas características complexas, não apresenta a resolução da trama em cada episódio, e também não necessariamente ao final deles, portanto *spoilers* nestes casos não podem ser definidos como informações divulgadas unicamente no clímax. Os *spoilers* podem estar relacionados a qualquer personagem (principal ou secundário), um espectador ter conhecimento, antes de assistir ao episódio, que determinado personagem vai trair ou tentar matar alguém de seu grupo, pode mudar sua percepção da narrativa, perdendo o elemento surpresa da cena. Por parte do espectador, os *spoilers* na história não são percebidos somente em ações que ocorram com os protagonistas, mas qualquer informação que possa ter um impacto futuro ou que seja importante para a trama pode ser considerado um *spoiler*. A temporalidade varia se a informação está disponível previamente à transmissão do episódio, como vimos em alguns casos na história em quadrinho, ou se o espectador está assistindo o episódio dias depois de sua transmissão original. E, por último, as

¹⁵⁶ Para acessar o *tweet* - https://twitter.com/atena_w/status/848722602097070081 . Último acesso em 23/08/2018

sensações em receber *spoilers* não são sempre iguais, em sua maioria o público não quer recebê-los, mas existem fãs que buscam ter conhecimento prévio dos acontecimentos, e comentam sobre eles no *Twitter*.

Concluimos que os *spoilers* nestes tipos de séries, como *TWD*, são de mais fácil acesso, e, portanto, de compartilhamento, por existirem outros *storyworlds* como a história em quadrinho. Em comunidades fechadas, como *Reddit* e outros fóruns, cabe aos fãs se organizarem para evitar a proliferação descontrolada dos mesmos ou criar normas de avisos de conteúdos com *spoilers*. Entretanto, com relação ao *live-tweeting*, os espectadores precisam aprender a conviver com *spoilers*, uma maneira de evitá-los, que vem ocorrendo, é se organizar para assistir o episódio no momento de sua primeira transmissão.

Lembramos que a temporalidade de recebermos e assistirmos um conteúdo televisivo varia entre telespectadores, portanto o que seria *spoiler* para um público, pode não ser para outro. Para alguns fãs a busca de respostas, entre episódios e temporadas, não são *spoilers*, somente uma nova forma de aprofundar seus conhecimentos sobre o universo narrativo.

A dissertação permitiu entendermos que os telespectadores de *The Walking Dead* não estão procurando erros narrativos ou detalhes confusos durante a transmissão de um episódio, o ato de *live-tweeting* é colocado junto a uma preocupação com a trama e *plots*, existe uma imersão na narrativa, que inibe, no momento da primeira transmissão que os espectadores vejam possíveis *gaps* narrativos, o importante aqui é a história ser contada e que as personagens estejam seguras.

Essa inibição da percepção de detalhes, ocorre como vimos quando personagens principais ou queridos pelos fãs estão em risco de morte, ou cenas com muitos acontecimentos simultâneos. Além disso, em conjunto com o *live-tweeting* existe a complexidade no ato de tuitar e assistir, onde os autores Gazzaley e Rosen (2015) auxiliaram na melhor compreensão de como os fãs realizam tarefas cognitivamente complexas. Sempre levamos em conta que “A era de convergência também é da divergência e distração. O estilo distintivo é uma arma significativa usada pelos praticantes de televisão para combater o fator de distração da *mediascape* moderna” (BUTLER, 2010, p.14).¹⁵⁷ O estudo midiático do *live-tweeting* é uma pesquisa em constante mudança, pois o fenômeno toma novas formas e complexidades diariamente, sempre emparelhado à narrativa da série. Nosso recorte com *The Walking Dead* buscou ilustrar essa presença do *como se fosse ao vivo* em um objeto gravado previamente à

¹⁵⁷ “The age of convergence is also one of divergence and distraction. Distinctive style is a significant weapon used by television practitioners to combat the distraction factor of the modern mediascape” Tradução do autor

exibição na grade televisiva, e instigar o pensamento crítico de outros pesquisadores e profissionais do universo audiovisual.

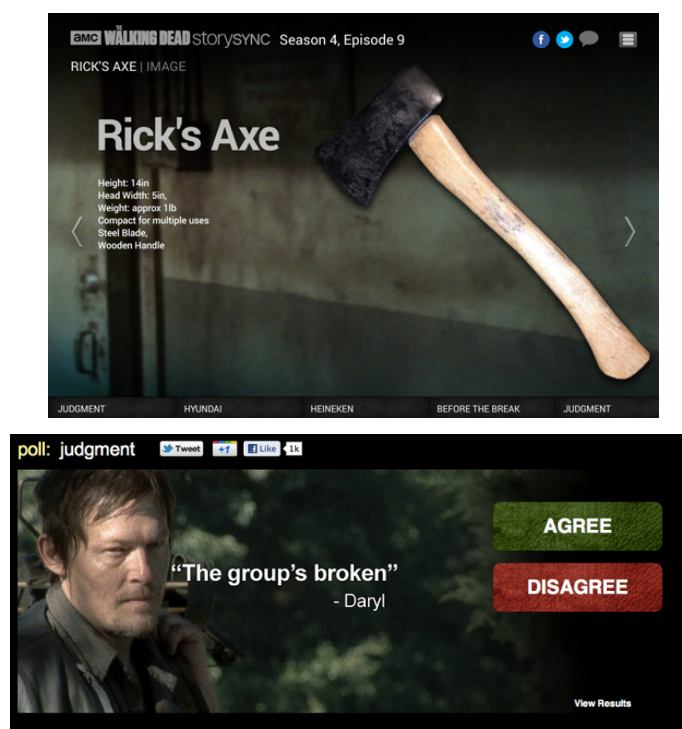
No entanto, essa forma de relação entre público e série não será com certeza o passo final do processo midiático, manter seus espectadores ou um grupo de fãs ativos pode ser uma tarefa difícil, estes têm um interesse em saber mais sobre suas séries preferidas, conseguir informações exclusivas e discutir com outros fãs sobre o assunto. A *Social TV* não se dá presente somente no *Twitter* ou em redes sociais, o ambiente necessário para a interação e convergência dos conteúdos pode ser criado em novas plataformas de segunda tela, como a *AMC Story Sync*¹⁵⁸.

Em 2012, o canal de televisão AMC (a casa de programas populares como *Breaking Bad*, *Mad Men* e *The Walking Dead*) começou a fornecer um serviço em seu site permitindo que os espectadores sincronizassem seus comentários com outras pessoas que estavam assistindo aos programas televisivos - mesmo que estas pessoas estivessem assistindo o programa em dias e horários diferentes. O serviço, apelidado de *Story Sync*, permite que os espectadores compartilhem suas experiências enquanto o ato de *time shifting* muda seus hábitos para atender às necessidades pessoais (AMC TV, 2013), tirando a necessidade de assistir a algo vivo, somente pelo interesse ou desejo de participar da atividade da Social TV.¹⁵⁹ (AUVERSET; BILLINGS, 2016, p.1).

O modelo de *Story Sync* utilizado pela produtora AMC pode ser considerado o futuro ou um próximo passo para a *Social TV*. Durante as exibições televisivas de *The Walking Dead* os espectadores podem expressar suas opiniões, responder pesquisas rápidas sobre o conteúdo que está sendo transmitido e chegando a receber características específicas como o peso e tamanho da arma que um personagem está utilizando, na figura 57 temos o tamanho, peso e informações do machado que Rick utilizou no episódio nove da quarta temporada. Outra possibilidade, do *AMC Story Sync* e sua segunda tela, é a realização de pesquisas, com base em afirmações de personagens, na figura 57 uma pesquisa é apresentada com base na frase de Daryl: “The group is broken” ou “O grupo está quebrado/dividido”, ao lado aparecem dois botões para os fãs declararem se concordam ou discordam de Daryl. Estes dois exemplos ocorrem de maneira síncrona ao episódio de *The Walking Dead* transmitido na plataforma *AMC Story Sync*.

¹⁵⁸ Para saber mais, acesse: <https://www.amc.com/story-sync>

¹⁵⁹ “In 2012, the television channel AMC (home of popular programs including *Breaking Bad*, *Mad Men*, and *The Walking Dead*) began providing a service on its website allowing viewers to synchronize their commentary with others watching the program—even if people are consuming the program on different days and times. The service, dubbed *Story Sync*, allows people to have shared experiences while time shifting their viewing habits to fit their personal needs (AMC TV, 2013), decoupling the need to watch something live from the desire to participate in Social TV activity” Tradução do autor

FIG. 57 - Exemplos de interações dentro do AMC Story Sync sobre *The Walking Dead*.

FONTE: AMC Story Sync

A *Social TV* busca criar a experiência, ou sensação, de assistir a um episódio em uma sala lotada de outros fãs, onde todos estão discutindo e reagindo juntos aos acontecimentos. É isso que o *Story Sync* da *AMC* tentou criar, um ambiente para a imersão no universo pós apocalíptico de *The Walking Dead*. A empresa busca encontrar novas formas de conversar e manter o espectador interessado na narrativa.

A convergência exige que as empresas midiáticas repensem antigas suposições sobre o que significa consumir mídias, suposições que moldam tanto decisões de programação quanto de marketing. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação (JENKINS, 2009, p.45).

Caso não aconteça inovação nos modelos de consumo audiovisual os espectadores vão migrar entre plataformas, e também, entre séries televisivas. As produtoras de conteúdos televisivos buscam usar a *Social TV* para atender os espectadores nas mais diversas plataformas, mantendo os fãs em contato com a narrativa em um ambiente midiático com tantas opções de séries e produtos audiovisuais.

Quando os espectadores de *The Walking Dead*, e outras séries com características similares, assistem a programas ficcionais e comentam minuto a minuto no *Twitter* sobre aquilo que está ocorrendo na narrativa audiovisual, quase que, simultaneamente, é criada uma certa

sensação coletiva, por parte dos espectadores, de estar assistindo a um programa como se este fosse ao vivo. O que motiva essa sensação coletiva é a interação com outros espectadores, um produto televisivo seguindo a grade de programação e o receio, ou em alguns raros casos interesse, de receber *spoilers* sobre a narrativa; estes são os principais fatores que estruturam este *como se fosse ao vivo*.

A presença, cada vez maior, do *live-tweeting* no consumo audiovisual, não finaliza com outras formas de consumo e conversa, o *watercooler television* ganha mais força com a *Social TV*, pois os colegas de trabalho podem ler nas redes sociais sobre acontecimentos e teorias e debater no dia seguinte com seus amigos. Como também, esse *como se fosse ao vivo* deu forças para a grade televisiva (*broadcast*), aumentando o interesse dos espectadores em estar sintonizado em um mesmo horário. As novas formas de transmissão e participação na televisão não acabam com as anteriores, somente enaltecem elas.

O *live-tweeting*, pode ser considerado como uma vertente dentro da *Social TV*, com novas formas de consumo audiovisual, e com grande impacto em como os novos espectadores se relacionam ao longo das temporadas e episódios com suas narrativas.

BIBLIOGRAFIA

- AUVERSET, Lauren A; BILLINGS Andrew C. *Relationships Between Social TV and Enjoyment: A Content Analysis of The Walking Dead's Story Sync Experience*. Lafayette: Sage Journals, 2016
- BORDWELL, David. *Narration in the Fiction Film*. Wisconsin: University of Wisconsin Press, 1985.
- BOURDON, Jérôme. Live Television is Still Alive: on television as an unfulfilled promise. *Media, Culture and Society*, Londres, Thousand Oaks e Nova Deli, V.22, N.5, p.531–556, 2000. Disponível em:
<https://www.researchgate.net/publication/249723075_Live_television_is_still_alive_On_television_as_an_unfulfilled_promise> Acesso em: 02/03/2019
- BUCCI, Eugênio. Em Torno da Instância da Imagem Ao Vivo. *MATRIZES*, São Paulo, V.3, N.1, p.65-79, 2009.
- BUTLER, Jeremy G. *Television Style*. New York: Routledge, 2010.
- CAMPANELLA, Bruno.; ALMEIDA, Melissa R. *O “ao vivo” Como Promessa de Participação e de Autenticidade nos Reality Shows*. Juiz de Fora: Lumina, 2017.
- CANNITO, Newton G. *A televisão na Era Digital – interatividade, convergência e novos modelos de negócio*. São Paulo: Plexus, 2010.
- CARSEY, Marcy; WERNER, Tom. *Father Of Broadcasting DAVID SARNOFF*. Disponível em: <<http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,989773,00.html>> Acesso em: 12/02/2019
- DELLER, Ruth. Twittering On: Audience research and participation using Twitter. *Participations. Journal of Audience & Reception Studies*, Newcastle upon Tyne, V.8, N.1, p.216-245, 2011.

DIJCK, José V. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. New York: Oxford University Press, 2013.

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

FRIEDENBERG, Jay; SILVERMAN, Gordon. *Cognitive Science: An Introduction to the Study of Mind*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2006.

GAZZALEY, Adam; ROSEN, Larry D. *The Distracted Mind: Ancient Brains in a High-Tech World*. Cambridge/MA e Londres: MIT Press, 2016.

GIGLIETTO, Fabio; SELVA, Donatella. Second Screen and Participation: A content analysis on a full season dataset of tweets. *Journal of Communication*, V.64, N.2, p.60-277, 2014.

Disponível em:

<https://www.researchgate.net/publication/260912539_Second_Screen_and_Participation_A_Content_Analysis_on_a_Full_Season_Dataset_of_Tweets> Acesso em: 02/03/2019

GIL, Inês. O Som do Silêncio no Cinema e na Fotografia. *Babilónia - Revista Lusófona de Línguas, Culturas e Tradução*, [S.l.], N.10/11, p.177-185, 2012. Disponível em:

<<http://revistas.ulusofona.pt/index.php/babilonia/article/view/2992>>. Acesso em: 02/03/2019.

GRAY, Jonathan; MITTELL, Jason. *Speculation on Spoilers: Lost Fandom, Narrative Consumption, and Rethinking Textuality*, 2007. Disponível em:

<http://www.participations.org/Volume%204/Issue%201/4_01_graymittell.htm> Acesso em: 02/03/2019

HARRINGTON Stephen; HIGHFIELD Tim; BRUNS Axel. More than a backchannel: Twitter and television. *Participations Journal*, Vol.10, Issue 1, p.405-409, 2013.

HILL, Shawndra.; BENTON, Adrian. *The Spoiler Effect?: Designing Social TV Content That Promotes Ongoing WOM*. Philadelphia: 2012.

- HILLS, Matt. *Psychoanalysis and digital Fandom: Theorizing Spoilers and Fans Self-Narratives*. In: REBECCA Ann L. *Producing Theory in a Digital World: The intersection of Audiences and Production in Contemporary Theory*. New York: Peter Lang, 2012, p.105-122.
- HJARVARD, Stig. *The Mediatization of Culture and Society*. Abingdon: Routledge, 2013.
- JENKINS, Henry.; GREEN, Joshua.; FORD, Sam. *Cultura da Conexão: Criando Valor e Significado Por Meio da Mídia Propagável*. São Paulo: ALEPH, 2014.
- JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. 2.^a ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- _____. *Behind the Scenes: Spoiling Survivor: Cook Islands*, 2006. Disponível em: <http://henryjenkins.org/blog/2006/07/behind_the_scenes_spoiling_sur.html> Acesso em: 02/03/2019
- KIRKMAN, Robert. *The Walking Dead - Days Gone Bye*. Berkeley: Image Comics, V.1, 2004. História em quadrinho
- MACHADO, Arlindo. *A Televisão Levada a Sério*. São Paulo: Senac, 2000.
- MARC, Prensky. Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, MCB University Press, Vol. 9, N.5, p.1-6, 2001. Disponível em: <<https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>>. Acesso em: 02/03/2019.
- MILNE, Mike. *The Transformation of Television Sport: New Methods, New Rules*. Londres: Palgrave Macmillan, 2016.
- MITTELL, Jason. *Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling*. New York: NYU Press, 2015.
- PIENIZ, Mônica. Mediação Estrutural da Tecnicidade: o trânsito das audiências a partir do Twitter. São Paulo: *MATRIZES*, São Paulo, V.9, N.1, p.213-228,2015.

SCHIRRA, Steven; SUN, Huan; BENTLEY Frank. *Together Alone: Motivations for Live-Tweeting a Television Series*. Cambridge USA: MIT Comparative Media Studies, 2014.

Disponível em: <<http://web.mit.edu/bentley/www/papers/paper653.pdf>> Acesso em: 13/02/2019> Acesso em: 02/03/2019

SHIRKY, Clay. *A Cultura da Participação*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SIGILIANO, Daiana M. V. *Social TV: o laço social no backchannel de The X-files*.

Dissertação (Mestrado em Comunicação). Juiz de Fora: PPGCOM/UFJF, 2017.

_____. *Literacia midiática e os fãs de telenovela: uma análise do Twittertainment na social TV brasileira*. PesqTV. 2018.

SIGILIANO, Daiana M. V.; BORGES, Gabriela. Social TV: a sinergia entre as hashtags e os índices de audiência. *Revista Geminis*, São Carlos, Ano 4, V.1, N.2, p.6-119, 2013.

THOMPSON, Kristin. *Storytelling in Film and Television*. Harvard University Press, 2003.

WOLTON, Dominique. *Elogio do grande público - Uma teoria crítica da televisão*. São Paulo: Ed. Ática, 1996.

Yin, Robert K. *Estudo de Caso: Planejamento e Métodos*. São Paulo: Bookman, 2001.

10. ANEXOS

Em Anexo incluímos as tabelas com mensagens coletadas na rede social *Twitter*, as quais são a base para as análises no primeiro e terceiro capítulo, conversando com os episódios disponibilizados. As tabelas são organizadas de duas maneiras diferentes, para a análise presente no terceiro capítulo coletamos minuto a minuto as mensagens, as quais estão organizadas em uma única aba, com as categorias: Data e Hora, *Handle*, Nome, Tweet.

Para acessar as tabelas, criamos uma pasta no Google Drive - https://drive.google.com/drive/folders/1fuKZ27eoW7IkT_cSEExQ8Q5_Iu-HiVxQ?usp=sharing

A dissertação tem seu início em 2017, junto com o ingresso no programa do PPGCOM – UAM. Para as análises do primeiro e terceiro capítulo, trabalhamos com a coleta de *tweets* postados em 2016 e 2017, quando da exibição dos episódios. Como o *Twitter* não permite a captura retroativa completa, o Anexo contém apenas as suas principais postagens, e mesmo assim sendo uma grande quantidade, chegando a milhares de *tweets*. A organização do arquivo apresenta quatro abas diferentes no arquivo em Excel: análise do número total de *tweets* minuto a minuto, os principais *tweets* compartilhados, uma tabulação das principais mensagens, e mensagens por região do país.