



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS

ISADORA FERNANDES DA SILVA FIGUEIREDO

FOLHETIM EM TELA: A estrutura do romance-folhetim na série televisiva *Game of Thrones*

São Luís
2022

ISADORA FERNANDES DA SILVA FIGUEIREDO

FOLHETIM EM TELA: A estrutura do romance-folhetim na série televisiva *Game of Thrones*

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Letras pela Universidade Federal do Maranhão, como requisito para obtenção do título de Mestre em Letras.

Orientadora: prof^ª. Dra. Naiara Sales Araújo Santos

São Luís
2022

FOLHA DE APROVAÇÃO

FOLHETIM EM TELA: A estrutura do romance-folhetim na série televisiva *Game of Thrones*

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Letras pela Universidade Federal do Maranhão, como requisito para obtenção do título de Mestre em Letras.

Linha de pesquisa: Literatura

Orientadora: prof^a. Dra. Naiara Sales Araújo Santos

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Naiara Sales Araújo Santos
Universidade Federal do Maranhão

Prof.^a Emilie Geneviève Audigier
Universidade Federal do Maranhão

Prof. Fábio José Santos de Oliveira
Universidade Federal de Sergipe

*A Deus, pois em mim, Ele plantou sonhos! E esses sonhos
têm me deixado acordada, na expectativa de realizá-los.
No processo, eu aproveito a jornada.*

AGRADECIMENTOS

Ao meu melhor amigo, o Espírito Santo, o único capaz de entender o turbilhão de sentimentos que senti. Obrigada por ter sido a cura dos dias difíceis e a serotonina dos períodos que o meu coração chorou.

Pai e mãe, como mestres em minha vida, vocês me ensinaram muito do que sou hoje e mais um pouco, espero logo recompensá-los por cada suor que produziram para que eu pudesse realizar meus sonhos.

Bella, Moisés e o meu querido Miguel, vocês também são minha família e meu apoio, meu coração é grato pelas palavras e os sorrisos de estímulo. Vocês são meu espelho.

Queridos professores do Mestrado, o comprometimento de vocês contribuiu para cada etapa desse trabalho. Em especial, agradeço à minha orientadora Naiara Sales, que acreditou na minha ideia e deu os conselhos necessários para que ela fosse ampliada. O seu apoio foi indispensável.

Coordenação do Santo Expedito, obrigada por disponibilizar uma carga horária de trabalho que não fosse um empecilho para minha formação, vocês me deram boas noites de sono.

Church Friends, em especial minhas amigas Jaci e Lu, obrigada por cada sorriso, as noites de sábado recarregaram minhas energias.

Kdramas, livros e músicas, meus companheiros, vocês aliviaram a grande pressão que minha mente queria carregar, obrigada, de verdade.

“Fais de ta vie un rêve, et d'un rêve, une réalité.”
(Faça de tua vida um sonho, e do sonho, uma
realidade.)

(Antoine de Saint-Exupéry)

RESUMO

FOLHETIM EM TELA: A estrutura do romance-folhetim na série televisiva *Game of Thrones*

O presente estudo tem o objetivo de discutir sobre a recorrência da estrutura do romance-folhetim na série televisiva *Game of Thrones* (2011-2019), de David Benioff e D.B. Weis, a partir dos estudos da Indústria Cultural difundidos pela Escola de Frankfurt, principalmente pelos teóricos Max Horkheimer (1985) e Theodor Adorno (1985) e dos pressupostos da Estética da Recepção. Nesse sentido, o estudo, ora apresentado, explora a construção que relaciona arte e indústria – primeiramente na literatura, mais precisamente, no início da publicação do romance-folhetim, que se deu a partir da década de 1830, na França. O romance-folhetim foi moldado como cultura de massa, ou seja, arte produzida por técnica, com o propósito de trazer lucro para a Indústria e entretenimento para quem a consome. A partir desse estudo, a fim de propiciar maior entendimento sobre a estrutura desse gênero e como este influenciou outros gêneros, principalmente as séries televisivas, também foram considerados neste estudo autores como Umberto Eco (1964), Antônio Zuin (2001), Douglas Kellner (2006), György Lukács (2009), Antônio Gramsci (1986), Edgar Morin (1997), Marlyse Meyer (1996), Arlindo Machado (2011), Vicent Colonna (2010), entre outros. No que tange às séries televisivas, foram identificados os elementos dos romances-folhetins presentes em *Game of Thrones*. Tais elementos foram percebidos principalmente por meio dos estudos relacionados a Teoria da Estética de Recepção, postulada nos estudos de Hans Robert Jauss (1967) e na Cultura de convergência, identificada nos estudos de Henry Jenkins (2008), os quais confirmam a importância da recepção no que diz respeito a teleparticipação do público nas séries televisivas. Assim, por meio de pesquisa bibliográfica, qualitativa e exploratória, os resultados desta pesquisa foram alcançados. Com isso, foi possível verificar a recorrência de algumas estruturas presentes no romance-folhetim na série televisiva como forma de prender a atenção do público, a exemplo da repetição de temas, da redundância de diálogos e do controle do público sobre o conteúdo exposto.

Palavras-chave: Indústria Cultural; Cultura de Massa; Literatura; Romance-folhetim.

ABSTRACT

FEUILLETON IN SCREEN: The structure of the novel-serial in the TV series *Game of Thrones*

This study aims to analyze the recurrence of the structure of the serial novel (*feuilleton*) in the television series *Game of Thrones* (2011-2019), by David Benioff and D.B. Weis, based on studies of the Cultural Industry disseminated by the Frankfurt School, mainly by the theorists Max Horkheimer (1944) and Theodor Adorno (1985) and the assumptions of Reception Aesthetic Theory. In this sense, the subject presented here will explore the construction that relates art and industry – with an emphasis on literature, more precisely – at the beginning of the publication of the novel-*feuilleton*, which took place from the 1830s onwards, in France. The *feuilleton* was shaped as mass culture, that is, art produced by technique, to bring profit to Industry and entertainment for those who consume it. To provide a better understanding of the structure of this genre and how it influenced other genres, especially television series, authors such as Umberto Eco (1964), Antônio Zuin (2001), Douglas Kellner (2006), György Lukács (2009), Antônio Gramsci (1986), Edgar Morin (1997), Marlyse Meyer (1996), Arlindo Machado (2011), Vincent Colonna (2010), among others. Concerning the television series, the elements of the serial novels present in the television series *Game of Thrones* were identified. Such elements were noticed mainly through studies related to the Theory of Aesthetics of Reception, postulated in the studies of Hans Robert Jauss (1967) and the Culture of Convergence, identified in the studies of Henry Jenkins (2008), which confirm the importance of reception with regard to the public's teleparticipation in Tv series. Thus, through bibliographical, qualitative, and exploratory research, the preliminary results of this research were achieved. With this, it was possible to understand how there was the transposition of some structures present in the serial novel to the television series as a way to hold the audience's attention, such as the repetition of themes, the redundancy of dialogs, and the public's control over the content exposed.

Keywords: Cultural Industry; Mass Culture; Literature; Serial novel.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Sansa Conversando com Cão de Caça. Episódio. 4 - Temporada 8.....	60
Figura 2 - Jon Snow ressuscitando – Episódio 1 – Temporada 8.....	63
Figura 3 - Midinho em seu bordel – Episódio 06 – Temporada 2.....	65
Figura 4 - Drogo e Daenerys na noite de núpcias. Episódio 1 – Temporada 1.....	67
Figura 5 - Greyjoy assistindo ao estupro – Episódio 8 – Temporada 5.....	67
Figura 6 - Morte de Talisa Stark – Episódio 9 – 3º Temporada.....	68
Figura 7 - Daenerys e Jon Snow em um encontro romântico - Episódio 5 – Temporada 8.....	71
Figura 8 - Brienne e Jaime no quarto dela. - Episódio 4 - Temporada 8.....	72
Figura 9 - Arya e Gendry se beijando pela primeira vez - Episódio 2 – Temporada 8.....	72
Figura 10 - Cena de Game of Thrones em que pode ser percebida a espada Glamdring, que o personagem Gandalf usou no filme O Senhor dos Anéis (2001).....	80
Figura 11 - Morte de Jon Snow em Game of Thrones - Episódio 10 - Temporada 5.....	82

SUMÁRIO

CONSIDERAÇÕES INICIAIS.....	11
1. A INDÚSTRIA CULTURAL: OBTENÇÃO DE LUCRO E CONSUMO EXCESSIVO DAS MASSAS.....	14
1.1 Cultura de massa: produto da indústria cultural	18
1.2 Literatura e indústria cultural: o caso dos romances-folhetins	21
1.3 Romance-folhetim: pressupostos da estética da recepção	31
2. DO ROMANCE-FOLHETIM À SÉRIE TELEVISIVA: DUAS FACES DE UMA MESMA ESTRUTURA.....	36
2.1 A influência do romance-folhetim em gêneros televisivos	37
2.2 A estruturação da série televisiva	42
2.3 O folhetim em tela	46
3. A ESTRUTURA DO ROMANCE-FOLHETIM NA SÉRIE TELEVISIVA <i>GAME OF THRONES</i>	53
3.1 Diálogo entre a obra literária e a série televisiva	57
3.1.1 Livro vs Série: construção da trama literária d' <i>As crônicas de gelo e fogo</i> para televisão.....	58
3.1.2 O apelo ao público: erotização e violência na série televisiva <i>Game of Thrones</i>	64
3.1.3 <i>Fan service</i> : O controle do público e a idealização romântica em <i>Game of Thrones</i>	68
3.2 O poder do <i>fandom</i> : <i>game of thrones</i> e recepção.....	73
3.2.1 <i>Spoiler</i>	76
3.2.2 <i>Easter eggs</i>	78
3.2.3 <i>Cliffhanger</i>	81
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	84
REFERÊNCIAS	

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Os estudos sobre o que se entende hoje como Indústria Cultural foram iniciados com debates idealizados pela Escola de Frankfurt, mais precisamente com a publicação do artigo “Indústria Cultural: o esclarecimento como mistificação das massa”, que depois se tornou um capítulo do livro *Dialética do Esclarecimento (Dialektik der Aufklärung)*, dos filósofos Max Horkheimer e Theodor Adorno, publicado em 1944.

Esse capítulo abriu reflexões sobre a produção em série de itens artísticos que estavam sendo transformados em produtos culturais. Nessa primeira fase, a escola postulou estudos com o objetivo de refletir sobre o acúmulo de capital e consequente produção em larga escala e venda de produtos artísticos. Isso se deu, segundo esses estudiosos, devido às consequências deixadas pela Revolução Industrial.

Segundo Horkheimer e Adorno (1985), para que houvesse grande distribuição de produtos artísticos, fundou-se uma ideologia de consumo, a qual foi favorecida a partir do funcionamento da homogeneidade do gosto e que proporcionava uma massificação cultural, conferindo a tudo um ar de semelhança. Essa massificação era promovida pelos meios de comunicação, que influenciavam na compra de determinado produto.

Nessa perspectiva, a produção de bens de consumo visa às massas populares e independe de gênero, classe social, faixa etária ou orientação sexual. Os produtos artísticos, então, são produzidos como cultura de massa, a qual, em *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica* (1994), o crítico literário Walter Benjamin considera como uma arte produzida por técnica e sem grande autenticidade, pois seu objetivo é venda em larga proporção e entretenimento.

A literatura, considerada arte da palavra, não escapou desse contexto, pois, conforme aponta Antônio Candido (1995), esta possui efetiva interpenetração com a sociedade e foi por meio da influência dos meios de comunicação que pôde ser transformada em cultura de massa – e por isso também sofreu e sofre alterações seguindo o padrão da indústria.

A publicação em jornais dos romances-folhetins, durante o século XIX, pode ser considerado o primeiro exemplo da utilização da literatura como produto da Indústria Cultural. Essa iniciativa gerou lucros para os jornais, os quais precisavam de um grande número de venda e se utilizaram de novelas e romances para atingir esse objetivo. Dessa maneira, nos rodapés dos jornais, capítulos de obras literárias começaram a ser introduzidos como produto de venda.

Por depender regularmente do gosto dos leitores dos jornais, essas obras se moldavam constantemente ao paladar deles. Assim, os autores firmavam um diálogo com seus leitores e suas obras poderiam ser modificadas ao longo da publicação dos capítulos nos jornais. A partir disso, muitas obras foram lançadas por meio dessa visão, pois se uma obra não fosse bem aceita, logo era cancelada e substituída.

Com o passar das décadas, o romance-folhetim influenciou na produção de outros gêneros, tanto literários, a exemplos das *penny dreadfuls* e das *pulp fictions*, no século XIX e XX respectivamente, como também no cinema. Além disso, com o advento da televisão, esse gênero também se tornou base na produção de telenovelas, seriados e séries. Atualmente, as séries correspondem ao gênero televisivo que mais cresce, devido as pessoas terem buscado, cada vez mais, o entretenimento oferecido de maneira fragmentada, o que pode ser proporcionado no lançamento de cada capítulo em série, por exemplo.

Considerando essa realidade, esta pesquisa buscou compreender de que modo as características do romance-folhetim estão presentes nas séries televisivas, sobretudo em *Game of Thrones*, produzida por David Benioff e D. B. Weis e adaptada do livro de George R. R. Martin, *A Song of Ice and Fire* (1996) [As Crônicas de Gelo e Fogo (2010)]. Para que esse objetivo fosse alcançado, foi necessário identificar as semelhanças entre a estrutura de recepção e de construção de conteúdo do romance-folhetim e da série televisiva.

Assim, por meio de pesquisa bibliográfica, qualitativa e exploratória, os resultados desta pesquisa foram alcançados. No que concerne à pesquisa bibliográfica, foram selecionados materiais de acordo com a temática, tendo como ponto de partida - embora não adotando todos os seus conceitos e pensamentos - as idéias Walter Benjamim (1994), Max Horkheimer e Theodor Adorno (1985), entre outros autores que possuem estudos vinculados à Indústria Cultural e influência dela na literatura e em outras artes. Em contrapartida a opinião desses autores, foi explorado a opinião vinculada a aceitação da cultura de massa, discutida na obra de Umberto Eco, *Apocalípticos e Integrados* (1964), e também postulada por Marshall McLuhan (1964). Para ampliar os diálogos sobre a Indústria Cultural numa perspectiva mais contemporânea, outros autores também foram buscados e mencionados no referencial, como: Antônio Zuin (2001), Álvaro Soares (2001), Douglas Kellner (2006), Stuart Hall (2013), Franciely Cardoso (2020), Linhares (2020).

A partir da abordagem sobre série de Arlindo Machado (2011), de Ernesto Rodrigues (1998) e de Mungioni e Pelegrini (2013), também se realizou a análise comparativa da estrutura e do conteúdo explorado no romance-folhetim que se faz presente na série *Game of Thrones*,

fundamentando essa pesquisa também nos estudos de György Lukács (2009), Mikhail Bakhtin (2010), Zygmunt Bauman (2004), Antônio Gramsci (1986), Luiz Roncari (1995), Edgar Morin (1997), Marlyse Meyer (1996), Henry Jenkins (2008), Jonathan Gray (2010), Vicent Colonna (2010), Antônio Hohlfeldt (2013), Claudia Paiva (2015), Stephan Müller (2017), Anne Jamison (2017) Beatriz Zechlinski (2018), Franciely Cardoso (2020) e Ortigosa e Betoso (2020). Após levantamento e estudo bibliográfico, deu-se início à produção da análise proposta.

Para o organização do estudo proposto, este trabalho foi dividido da seguinte forma: considerações iniciais; i) breve análise sobre a Indústria Cultural, com ênfase na literatura – e também sobre a composição do romance-folhetim como um gênero da cultura de massa-; ii) identificação da influência do romance-folhetim em outros gêneros, com destaque para as séries televisivas; e iii) análise da estrutura dos elementos constituintes do romance-folhetim na série televisiva *Game of Thrones*. Na sequência, constam ainda as considerações finais e as referências bibliográficas.

1. A INDÚSTRIA CULTURAL: OBTENÇÃO DE LUCRO E CONSUMO EXCESSIVO DAS MASSAS

A Revolução Industrial, iniciada na Inglaterra em meados do século XVIII, proporcionou profundas transformações sociais, o que acarretou mudanças, inclusive, nas relações humanas. Os filósofos Karl Marx e Friedrich Engels, no *Manifesto do Partido Comunista*, já esquematizavam essas mudanças:

A revolução constante da produção, os distúrbios ininterruptos de todas as condições sociais, as incertezas e agitações permanentes distinguiram a época burguesa de todas as anteriores. Todas as relações firmes, sólidas, com sua série de preconceitos e opiniões antigas e veneráveis, foram varridas, todas as novas tornaram-se antiquadas antes que pudessem ossificar. Tudo que é sólido desmancha no ar, tudo que é sagrado é profanado, e o homem é, finalmente, compelido a enfrentar de modo sensato suas reais condições de vida e suas relações com seus semelhantes. (MARX; ENGELS, 2009, p.14)

A Revolução Industrial também é vista como uma época de exploração do trabalho e, junto com a Revolução Francesa, possibilitou à Europa eventos que posteriormente deram um novo lugar à burguesia. A Revolução afetou, ainda, ideias e conceitos antes estabelecidos, alterando, além de propor novos pressupostos e questionamentos acerca de educação, religião e ciência.

A partir dessas mudanças, as atividades culturais e artísticas refletiram sobre a nova sociedade que se formava na Europa e principalmente no que se refere à influência da Indústria sobre as artes. No contexto da Indústria Cultural, termo usado pela primeira vez em um ensaio de Max Horkheimer, intitulado “Arte e cultura de massa”, em 1941, nasceu a Escola de Frankfurt.

A Escola de Frankfurt, constituída com pensamento filosófico e sociológico, originou-se mediante um projeto de intelectuais vinculados à Universidade de Frankfurt, na Alemanha, em meados da década de 1920. Um dos principais estudos da escola foi a reflexão do que seria a Indústria Cultural, sobretudo no que tangia à produção e distribuição em série de itens artísticos, transformados em produtos culturais. Assim, os estudos referentes à Indústria Cultural foram apresentados primeiramente por dois filósofos da Escola de Frankfurt: Max Horkheimer e Theodor Adorno. As reflexões dos filósofos, vale ressaltar, decorreram de críticas correlacionadas à produção massiva e de cunho capitalista em relação à arte.

Ademais, assim como eles, outros pensadores, a exemplo de Friedrich Pollock (1894-1970), Felix Weil (1898-1975) e Erich Fromm (1900-1980), fundamentaram suas pesquisas nos conceitos marxistas, na psicanálise e também na sociologia antipositivista, sendo todos

pertencentes à primeira geração dessa escola, que perduraria por mais tempo. Dessa maneira, ao propor uma dialética do esclarecimento, esses estudiosos buscaram compreender como a tecnologia moderna avançava e o homem se tornava escravo dela, produzindo patologias individuais e coletivas. Sobre a Escola de Frankfurt, Bruna Lima e Eduardo Santos (2020) discorrem como a modernidade afetou o homem.

A modernidade é caracterizada pelo triunfo completo da racionalidade subjetiva e a consequente “catástrofe do Esclarecimento”, a esperança decepcionada na razão. Os conflitos dos seres humanos e das sociedades perseguindo sua autopreservação individual e nacional com as ferramentas da tecnologia moderna ameaçam sua sobrevivência agora, tanto quanto a natureza bruta sempre o fez. Ademais, o progresso técnico é acompanhado de crescente repressão psicológica. O controle da natureza interna é a condição do controle efetivo da natureza externa. Sob as condições da sociedade de classes, ambas as formas de controle extrapolam sua marca, produzindo patologias individuais e sociais (LIMA; SANTOS, 2020, p.387).

As análises dos frankfurtianos promoviam embates entre cultura e ciência, com o intuito de buscar alternativas para a reestruturação de uma sociedade, haja vista que, segundo essa teoria social, antes o homem era aprisionado por seus instintos e agora estava aprisionado por uma “falsa razão”.

Com o abandono do pensamento – que em sua figura coisificada como matemática, máquina, a organização se vinga dos homens dele esquecidos – o esclarecimento abdicou de sua própria realização. Ao disciplinar tudo que é único e individual, ele permitiu que o todo não compreendido se voltasse, enquanto dominação das coisas, contra o ser e a consciência dos homens (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 51).

Essa dominação, segundo esses pensadores, se concretizava devido às consequências deixadas pela Revolução Industrial em razão do acúmulo de capital, pois, por efeito da grande produção, era necessária uma grande venda, ou seja, muitas pessoas precisavam comprar. Nessa visão, o estudioso Nerione Cardoso (2005) afirma:

A sociedade manufatureira surge, no século XIX, com a mecanização imposta pela Revolução Industrial; mediante a ampliação extraordinária da capacidade produtiva, de um deslocamento de ênfase para o processo de produção em si, para a produção “sem começo e sem fim” de bens de consumo de reduzida durabilidade, não mais focada na durabilidade, não mais focada na utilidade do produto (CARDOSO, 2005, p. 86).

Assim, para que houvesse grande distribuição, deu-se início a uma propaganda ideológica de consumismo, uma ideologia em que a individualidade era esquecida. Os frankfurtianos perceberam que esse pensamento influenciava a realidade da sociedade por meio de uma padronização, ou seja, um conjunto de ideias massificadoras que são naturalizadas pelas

classes dominadas; uma falsa consciência sistematizada da realidade. Isso se sucede por meio da ocorrência de um padrão de formas culturais, visando não à estética, mas sim ao lucro, o qual é assegurado em uma produção social do gosto, não exclusiva, e pluriclassista.

A unidade evidente do macrocosmo e do microcosmo demonstra para os homens o modelo de sua cultura: a falsa identidade do universal e do particular. Sob o poder do monopólio, toda cultura de massas é idêntica, e seu esqueleto, a ossatura conceitual fabricada por aquele, começa a se delinear (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 114).

Dessa forma, a ideologia do consumismo deve ser vista como um pensamento aliado ao capitalismo, o qual possui força na classe dominante, responsável por deter os meios de produção e distribuí-los em massa no mercado, com a finalidade de manter certo padrão nas relações entre os consumidores e os objetos de consumo. A esse respeito, Bruna Lima e Eduardo Santos (2020) asseveram:

A ênfase de Adorno na mediação responde à suspeita de que a experiência foi reificada pelo capitalismo. Esta é uma maneira de interpretar o feticismo da mercadoria: não nos relacionamos mais imediatamente com a realidade – o valor de uso – do objeto, mas com uma abstração projetada no mercado (LIMA; SANTOS, 2020, p. 389).

A homogeneidade do gosto, em conformidade, favorece o funcionamento da cultura em padrão de indústria, proporcionando uma massificação cultural. Assim, “a cultura contemporânea confere a tudo um ar de semelhança. O cinema, o rádio e as revistas constituem um sistema. E cada setor é coerente em si mesmo e todos o são em conjunto” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985. p. 99). Para assegurar essa homogeneidade, a indústria se utiliza dos meios de comunicação, como jornais e revistas, bem como rádio, cinema e televisão, estabelecendo um conjunto fortificado de entretenimento que, conseqüentemente, gera lucro e produz uma cultura para consumo por meio de músicas, livros, programas televisivos, entre outros.

A partir desse sistema em que há uma semelhança na compactação de conteúdo, tem-se uma diminuição em reflexão sobre o objeto e toda a produção técnica contribui para isso. O teórico literário Douglas Kellner diz que “A cultura da mídia promove espetáculos cada vez mais sofisticados para conquistar audiências e aumentar o poder e o lucro da Indústria Cultural” (KELLNER, 2006, p.119). Um exemplo é a televisão, enquanto síntese do rádio e do cinema:

Na cultura da imagem pós-moderna, estilo e aparência tornam-se parâmetros cada vez mais importantes de identidade e apresentação de si mesmo no cotidiano, e os espetáculos midiáticos mostram e dizem às pessoas como elas devem aparecer e se comportar (KELLNER, 2006, p. 131-132).

Os meios de comunicação, por meio do seu alcance, influenciam a compra do produto, mostrando o que deve ser lido, assistido ou comprado e com isso ganham um retorno financeiro da lucratividade obtida pela marca patrocinadora. Para Adorno e Horkheimer (1985), o objeto artístico torna-se publicidade, ocasionada pela fragilidade dos sistemas artísticos e culturais, pois quando a obra é produzida para consumo, e restrita à difusão, contribui e exerce influência na padronização de uma sociedade como um todo.

Em contrapartida aos pensamentos de que essa cultura de massa envolta da sociedade seria de todo negativo, o italiano Umberto Eco, em sua obra intitulada *Apocalípticos e integrados*, publicada em 1964, afirma que há outra perspectiva. Na obra, Umberto nomeia como apocalípticos aqueles que representam as ideias postas pela escola de Frankfurt, com um olhar e um discurso mais negativo sobre essa indústria, porém ele enfatiza que há os integrados, esses seriam os adeptos de uma tendencia mais pragmática e das múltiplas possibilidades que a mídia pode oferecer. Segundo Eco, em uma perspectiva integrada, a recusa dos apocalípticos acontece pois há falta de aceitação por parte deles das novas perspectivas que a humanidade pode operar.

Na realidade, o uso indiscriminado de um conceito-fetice como esse de ‘indústria cultural’, implica, no fundo, a incapacidade mesma de aceitar esses eventos históricos [novas tecnologias de comunicação], e - com eles - a perspectiva de uma humanidade que saiba operar sobre a história. (ECO, 1964, p. 29)

Assim, o discurso dos integrados opera em uma visão divergente dos frankfurtianos. Ou seja, a partir desse conceito-fetice - que canaliza todo o desejo em um só objeto – incitando ao receptor a aceitar consumir de forma acrítica produtos da cultura de massa, essa nova maneira integraria diversas formas de expressões, valores e, até mesmo, conflitos sociais, pois determinada sociedade seria mais adepta de uma cultura distante da dela.

Marshall McLuhan, também a favor desse discurso, ainda contesta a ideia que os meios eletrônicos também possibilitam um retorno a tradição oral, trazendo a expressão por meio de vários sentidos, tradição essa antes perdida com o início da imprensa que se fundamentava apenas em forma escrita. McLuhan diz que a mídia ainda serve como unificadora, interligando redes globais, o que ele vai chamar de “aldeia global”.

Assim, duas visões enquadram o que se entende como produto da Indústria Cultural, ou seja, a cultura de massa. Sua disseminação, segundo Eco (1964), é uma realidade natural do tempo vigente e que seria difícil de ser erradicada. Dessa forma, ele assegura que o que se deve ser feito é transformar os meios de comunicação, os quais favorecem essa cultura, em aliados.

Para tal é necessário compreender de que forma a cultura de massa tem estado em sociedade. No tópico a seguir, discutir-se-á como a cultura de Massa é um produto dessa indústria, e em que grau ela pode ser benéfica ou maléfica no que tange a sociedade.

1.1 Cultura de massa: produto da indústria cultural

Ao relacionar arte e cultura podemos compreender como a primeira contribui para a diferenciação da segunda, conforme determinado povo e sua história. Para o teórico cultural e sociólogo britânico-jamaicano Stuart Hall (2013), a cultura não é apenas uma prática ou a soma de costumes, mas um padrão de organização que pode ser discernida por meio de produções artísticas.

Com o advento da Indústria Cultural e sua massificação de objetos da arte, surge a cultura de massa. Segundo David M. White (1971), sociólogo norte-americano e especialista em comunicação, há a *cultura letrada*, também chamada de *cultura erudita*, que foi representada pelo conhecimento universitário a partir do século 13 e que ainda é vinculado à produção artística na universidade, e há a cultura popular, relacionada com lendas, mitos e interpretações simbólicas feitas por determinado povo, sujeita geralmente à sociedade do campo que, mesmo possuindo menos instrução, detém criatividade.

Adorno (1944) acrescenta que a cultura de massa pode ser estabelecida com a junção de elementos de um conhecimento erudito, bem elaborado, e elementos de uma cultura popular, originada e produzida, anteriormente, apenas por determinado povo. Assim, esse conjunto resultaria em uma arte que poderia ser produzida em proporção industrial.

Mediante a Indústria Cultural, a cultura erudita e a cultura popular se modificaram em um produto de menor qualidade, ou seja, menor subjetividade e teor artístico, produzindo a cultura de massa. Dessa forma, a cultura popular não pode ser vista como uma cultura de massa, pois aquela, geralmente, é própria de uma região – e legítima em sua origem –, passada geralmente de geração a geração e particular a determinado povo que busca se atar à sua terra. A cultura de massa, por seu turno, continuamente procura um padrão, adaptando-se também aos mais diversos gostos.

Nesse contexto, quando uma cultura popular é conduzida a se tornar uma cultura de massa, diminuem-se as particularidades compatíveis à sua região e se acrescentam a ela outras formas que buscam agradar e alcançar o maior nível de pessoas.

Sob o poder do monopólio, toda cultura de massas é idêntica, e seu esqueleto, a ossatura conceitual fabricada por aquele, começa a se delinear. Os dirigentes não estão mais sequer muito interessados em encobri-lo, seu poder se fortalece quanto mais brutalmente ele se confessa de público. O cinema e o rádio não precisam mais se apresentar como arte. [...] Eles se definem a si mesmos como indústrias, e as cifras publicadas dos rendimentos de seus diretores gerais suprimem toda dúvida quanto à necessidade social de seus produtos (ADORNO, 1985, p. 114).

Nesse sentido, a cultura de massa está relacionada à arte produzida por técnica e, segundo Walter Benjamin (1994), sem grande autenticidade devido à sua produção em larga escala para entreter o público. Ainda sobre o termo, Benjamin refere-se à capacidade de veiculação comunicativa e emergente no contexto do pós-guerra, como normalizadores de padrões morais e estilos de vida (AVELINO E RAPOZO, 2020).

Assim, a cultura de massa se constitui como uma significação ligada a itens de consumo que alcançam grande parte da população, com o intuito comercial e lucrativo. Sobre tal cultura, o psicólogo e crítico da educação e industrialização Antônio Álvaro Soares Zuin ressalta:

A ideologia encontra-se tão “colada” à realidade que qualquer comportamento que não se atrele ao atendimento das necessidades de consumo é rotulado como desviante. Não obstante, tem-se a impressão de que não há qualquer tipo de padronização ou uniformização do produto. Parece que vivenciamos uma identidade “única”, já que nos diferenciamos de todos os outros que não usam nossas marcas socializadoras, tais como as marcas dos tênis e grifes de roupas famosas (ZUIN, 2001, p.12).

Desse modo, na sociedade industrial, a cultura se transforma em mercadoria e quanto mais vendida, mais padroniza a sociedade como um todo, pois “A arte renega a sua própria autonomia, incluindo-se orgulhosamente entre os bens de consumo...” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 147). A popularidade da cultura de massa é evidenciada por sua veiculação nos meios de comunicação em que ela é produzida e consumida pelo maior número de pessoas e, conseqüentemente, atende a ordem do mercado, fortalecendo a homogeneização.

Segundo a pesquisadora Tamires dos Santos (2014), a industrialização cultural pode ser vista por meio de três prismas: o primeiro é quando a cultura é transformada em mercadoria e perde seu valor crítico; o segundo acontece quando seduz os indivíduos com produtos que não incitam a crítica e mascaram a realidade, sujeitando-os aos interesses do capital; e, por fim, o terceiro, em que, por meio do aperfeiçoamento da técnica, a produção e reprodução da cultura deixam o seu caráter genuíno para serem produzidas como qualquer outra mercadoria.

Sobre essa discussão, na visão do apocalíptico Edgar Morin, sociólogo e pesquisador francês, ao propor ideias sobre a organização do saber no pensamento contemporâneo, comenta que:

A cultura de massa é média em sua inspiração e seu objetivo, porque ela é a cultura do denominador comum entre as idades, os sexos, as classes, os povos, porque ela está ligada a seu meio natural de formação, a sociedade na qual se desenvolve sua humanidade média, de níveis de vida médios, de tipo de vida médio. (MORIN, 1997, p. 13)

Assim, na visão de Morin, o cinema não é mais apenas um acúmulo do capital cultural; é também uma fuga de uma semana sobrecarregada de serviço em que a sociedade vai procurar para receber alívio. Nesse contexto, a cultura deixa de ser um aspecto de identidade e se torna um entretenimento.

Em contraponto a essa visão, o integrado Lévy (2000) acentua que não há como não enfrentar essas mudanças e que a revolução tecnológica já é uma realidade. Lévy afirma que tais mudanças a partir de uma análise histórico-evolucionista dos meios de comunicação é realizada com naturalidade e contribui para o aumento de capacidades cognitivas, desde a memória ao raciocínio.

Deste modo, Lévy diz que quando são utilizadas de forma adequada, o processo que contribui para obtenção de cultura de massa pode possuir grandes vantagens. “Um computador é um instrumento de troca, de produção e de estocagem de informações. Ao canalizar e entrelaçar múltiplos fluxos, torna-se um centro virtual, instrumento de poder” (LÉVY, 2000, p.203)

Sobre a naturalidade da entrada dos meios de comunicação, Eco (2006) se pronuncia que os apocalípticos, apesar de criticar o uso desse sistema que colabora com a cultura de massa, faz uso dele para expressar suas críticas. Já os integrados, Eco ao colocá-los como otimistas aos meios de comunicação em massa, posto que os integrados afirmam que os meios de comunicação em massa contribuem para disponibilização dos bens culturais a todos.

Além disso, no lado que pendula aos integrados, frisa-se que não se pode afirmar que toda arte detentora de grande escala de venda necessariamente possuirá uma diminuição em seu valor artístico, a ponto de apenas por ser uma cultura de massa, ela será de má qualidade. Assim, mesmo que uma obra tenha estrita com a Indústria Cultural, ela pode ter valor artístico.

Nesse contexto, analisando o objeto deste estudo, a série *Game of Thrones*, verifica-se como a série televisiva que possui valor artístico, porém, mesmo assim, ainda se estabelece como parte da cultura de massa, ao receber muito da estrutura preestabelecida pelo romance-folhetim, e utilizando dos mais diversos canais de comunicação para se expressar e crescer em popularidade.

Dessa maneira, compreende-se que a cultura de massa já é uma realidade evidente e difícil de ser apagada. No item seguinte, abordar-se-á a relação existente entre a Literatura e a Indústria Cultural e como, por meio dos romances-folhetins, a literatura se tornou um dos primeiros produtos considerado cultura de massa.

1.2 Literatura e indústria cultural: o caso dos romances-folhetins

A literatura sempre foi motivada ou esteve, segundo o sociólogo e crítico literário Antonio Candido (1995, p. 9), em uma efetiva interpenetração com a sociedade, podendo ser estabelecida por meio de vários conceitos, em diferentes períodos. Com ressalvas de que nem todos os discursos apontados- ou conceitos apresentados- sobre a literatura a consagram. Candido, em *A literatura e a formação do homem* (1972), ainda relaciona a literatura ao viés artístico ao dizer que:

A arte e, portanto, a literatura, é uma transposição do real para o ilusório por meio de uma estilização formal da linguagem, que propõe um tipo arbitrário de ordem para as coisas, os seres, os sentimentos. Nela se combinam um elemento de vinculação à realidade natural ou social, e um elemento de manipulação técnica, indispensável à sua configuração, e implicando em uma atitude de gratuidade. (CANDIDO, 1972, p. 53)

Assim, ao propor essa arbitrariedade, a literatura se relaciona com a história e a sociedade. Consequentemente, o conceito de literatura foi se modificando ao longo das décadas, e com os avanços tecnológicos percebe-se-a o surgimento da literatura de massas. Franciely Cardoso confirma isso em sua tese, ao dizer que:

Ao longo da história da literatura, além da preocupação com o conceito de literatura, havia também a preocupação com a manutenção do cânone literário. Com o surgimento dos estudos culturais, que incluíram os estudos literários dentro de seu campo de estudos, estimulou-se também o estudo de filmes, séries televisivas, quadrinhos e outras formas mais populares de cultura, com frequência, no lugar dos clássicos da literatura. (CARDOSO, 2020, p. 9)

No que se refere à literatura como produto da Indústria Cultural, Adorno e Horkheimer, em *Dialética do Esclarecimento*, publicado pela primeira vez em 1944, declararam que transformações relacionadas à arte, em sua maioria, se dão pela influência dos grandes meios de comunicação, e foi assim com a literatura, pois, a partir de sua venda em massa nos jornais, esta passou a se adaptar ao gosto do leitor, o que afirma seu uso como produto cultural para obtenção de acúmulo de capital.

A esse respeito, o crítico Terry Eagleton, em seu livro *Teoria da literatura* (2006), diz que, a partir do século XVIII, a literatura não se encontra apenas em uma dimensão artística, mas também político-ideológica. com a promoção dos burgueses ao poder e o liberalismo político possibilitaram a construção, segundo o crítico e historiador Alfredo Bosi (2002), de ideais românticos, como o individualismo, o nacionalismo, o sentimentalismo e, conseqüentemente, a produção de narrativas ficcionais, os romances.

O Romantismo nasceu como movimento de contradição a tudo o que era considerado clássico. E sua influência se deu em nível estético e cultural nos séculos XVIII e XIX, deixando marcas até os dias atuais. João Linhares, ao falar sobre o ideal romântico na literatura, postula que “O romantismo contribuiu muito para percebermos como é possível um sistema aberto, ou seja, um sistema que é consciente de sua incompletude, de suas possibilidades de errar o caminho” (LINHARES, 2020, p. 31).

Dessa forma, com sentimentalismo exagerado e postura nacionalista, o Romantismo se instalou na Europa como um movimento de novo olhar sobre as artes e sobre os valores da sociedade, em especial a burguesia, que tomava o controle no lugar da nobreza absolutista; época em que se efetua a produção em massa de romances.

Em seus estudos sobre estética e sociedade, Hegel pontua que a modernidade produz o romance, e o filósofo germânico o caracteriza como uma epopeia burguesa: o herói não é um nobre que possui proteção divina, mas sim um burguês, atuante em sua vida prosaica.

No romance vemos reaparecer a riqueza e a variedade de interesses, de estados, de caracteres, de condições de vida, assim como todo o plano de fundo de um mundo total e a descrição épica de acontecimentos (HEGEL, 1980, p. 190).

Nesse contexto, o autor particulariza o romance como um conflito entre “a poesia do coração e a prosa da circunstância” (HEGEL, 2004, p. 138). Para ele, enquanto na épica o conjunto dos atos, o destino e o próprio enredo da vida formam o indivíduo, no romance,

[...] a fantasia não se limita a inventar personagens e aventuras heroicas alheias e exteriores à realidade ambiente, mas relaciona estas aventuras e personagens com fatos lendários ou históricos, com lutas que se travam na arena do mundo contemporâneo (HEGEL, 1980, p. 207).

Ainda segundo Hegel, o romance possui uma fórmula própria, a qual recebeu muito do Romantismo, apresentando uma narrativa definida por um herói, geralmente um jovem burguês que entra em conflito com o meio, ou a sociedade representada pela família da amada

e reage em meio a esse conflito, posteriormente o pacificando ao encontrar uma posição para nele viver.

Para Hegel, isso consistia em um problema, já Linhares (2020, p. 34) discorda, pois assim entende:

O que Hegel via como um problema na consciência romântica se mostra como a sua característica distintiva, a saber, a importância da imaginação. A imaginação ganha estatuto de modo privilegiado de acesso ao absoluto. Por isso, a natureza no romantismo está ligada a uma convicção, também romântica, de tempo e poesia. Nós, devido a influência da tradição moderna, concebemos o tempo como tempo físico, os filósofos românticos já nos advertiam para a conformação psicológica do tempo.

Nesse sentido, os românticos também podem ser analisados como agentes de uma cultura que abrangia a sociedade de maneira mais diversificada, e com uma imaginação criativa. A partir disso, junto com a difusão dos meios de comunicação de massa durante o século XIX, os quais trouxeram junto de si a possibilidade de cópia ilimitada, a sociedade presenciava um espaço aberto para comunicação e ampliação de informações, assim como desses ideais, e foi nesse período que surgiram os folhetins.

Sobre esse assunto, o Antônio Hohlfeldt salienta que

[...] os avanços tecnológicos alcançados a partir de meados do século XIX e os episódios políticos-culturais deles decorrentes ocasionaram a aproximação eficiente, pela primeira vez na história ocidental, da literatura e da imprensa (HOHLFELDT, 2003, p. 17)

A palavra “folhetim” vem do francês *feuilleton*, que, por sua vez, vem de *feuille* (LAROUSSE, 1989), que significa pequena folha (*feuille*), esse nome é devido a parte que eles ocupavam, no caso, os rodapés dos jornais, suas primeiras publicações se deram a partir dos anos de 1800, no *Journal des débats*.

Antes disso, havia registros de prosa publicada nos jornais. Graham Law, em sua obra *Serializing fiction in the Victorian Press* (2000), assevera que desde o século XIII este tipo de publicação existia em jornais ingleses. Segundo Law, Fielding e Richardson foram autores ativos com publicações em periódicos. *Town and Country Magazine* (1769-1796) e *Lady's Magazine* (1770-1837) seriam exemplos desses periódicos e juntos deveriam ter mais de 10 mil assinantes, bem como eram publicados em revistas mensalmente (LAW, 2000, p. 128).

Law (2000) esclarece que as publicações de periódicos ingleses no século XVIII eram mais comuns em revistas, veículo de comunicação da época com menores taxas de venda e impressão, em comparação aos jornais. Segundo o professor, na França, na década de 1820,

também se publicava em revistas, como *La Revue des Deux Mondes*. Entretanto, no país, a consolidação de romances em periódicos se deu mais nos jornais, por este ser de menor imposto para o país.

Assim, na França, quando os folhetins começaram a designar os rodapés da primeira página dos jornais, a primeira intenção foi para inserção de anúncios, mas posteriormente logo houve a inclusão de textos de entretenimento: piadas, charadas, receitas de cozinha, críticas de peças e de livros, pequenos textos em geral.

Para publicação no folhetim, cada linha valia poucos centavos, o que já se nota o seu intuito mercadológico. Assim, essa intenção mercadológica do folhetim acabou sendo ligada à literatura. Larissa Ortigoza e Altamir Botoso, ao falarem sobre um panorama histórico do romance-folhetim, nessa perspectiva, pontuam:

A história do romance-folhetim está atrelada à história da literatura contemporânea, principalmente no que tange à prosa e ao desenvolvimento literário dos romances. O romance-folhetim estabeleceu-se juntamente com a ascensão da burguesia, diante disso, presume-se que o romance-folhetim tornou a literatura mais mercadológica, democratizando-a e popularizando-a dentre as mais variadas classes sociais. (ORTIGOZA; BOTOSO, 2020, 13)

A introdução da literatura, mais especificamente de novelas e romances, nos rodapés dos jornais se deu em 1836 com Émile de Girardin, escritor e jornalista francês, fundador de *La presse*, um jornal que introduziu a prática da publicidade na França e, posteriormente, no mundo. Foi por meio desse jornal que houve a publicação do primeiro folhetim literário, a novela picaresca espanhola, intitulada *Lazarillo de Tormes* (1836), de autoria desconhecida, sendo a primeira publicação de uma abundante quantidade que viria. No início, eram utilizados apenas os espaços já oferecidos para publicação dos capítulos das obras, mas depois os rodapés ocuparam a página, uma vez que o público queria consumi-lo. Segundo Luis Cazani Junior (2020), o folhetim, naquela época, se confeccionava em divisões temáticas.

Um conjunto de escritores especializados confeccionavam os textos, distribuídos nas divisões temáticas: Literatura Nacional (Littérature Nationale), Teatro (Théâtres), Literatura Estrangeira (Littérature Étrangères), Ciências Morais (Sciences Morales), Ciências Físicas (Sciences Physiques), Belas-Artes (Beaux-Arts), Cursos Públicos (Cours Publics), Concursos Acadêmicos (Concours Académiques), Indústria (Industrie), Turismo (Voyages), Misturas (Mélanges) e Variedades (Varietés). (CAZANI JUNIOR, 2020, p.150)

Seguindo a mesma ideia e interesse, inspirados por Girardin, outros jornais, para garantir maior circulação – ao perceberem como a literatura publicada como folhetins

contribuía para a venda do jornal – começaram a contratar equipes de autores, as quais escreviam romances para fins comerciais.

Esse crescimento foi imediato, haja vista o investimento em publicação de romances em formato de folhetim e a redução dos preços de jornais para alcançar mais assinantes, ainda que com a contratação de romancistas. Marie-Ève Thérénty, em seu livro *La littérature au quotidien: Poétiques journalistiques au XIX* (2015), afirma que o sucesso imediato na França se deu também pelo motivo de que na década de 1830, a cultura de informação e do divertimento apareceu substituindo o artesanato da mediação por uma indústria da midiatização.

Segundo Therenty (2015), o jornal se utilizou de modos de escrita já consagrados no século XIX, seguindo as escolas românticas e adotando os protocolos narrativos de Balzac, assim como também se apropriou de romances realistas e naturalistas no que diz respeito a reflexões de primeira pessoa. A autora ainda diz que houve uma contaminação entre o jornal e a literatura, em que se estabeleceu a poética junto aos procedimentos de oralização e validação de informações.

Com os romances publicados como folhetins, a literatura se tornou um produto cultural para acúmulo de capital. Outra questão foi o acesso a esse tipo de bem cultural, que antes apenas uma parcela da sociedade podia consumir. A partir do romance, principalmente em formato de folhetins, a produção literária cresceu na Europa – primeiro na França e posteriormente em outros países.

Bourdieu (2013) valida a ideia de que o romance-folhetim é um produto da Indústria Cultural, devido a uma declaração realizada por um autor de folhetins, o qual escrevera muitos romances na época:

Um bom exemplo do que estamos falando é a seguinte declaração de um escritor de roteiros de folhetins, autor de uns vinte romances, consagrados pelo prêmio Interallié e pelo Grande Prêmio da Academia francesa na categoria romance: “Minha única ambição é a de ser lido com facilidade pelo maior público possível. Eu nunca almejo a ‘obra-prima’ e não escrevo para intelectuais. Deixo esta tarefa para outros. Para mim, um bom livro é aquele que nos cativa ao fim de três páginas. (BOURDIEU, 2013, p. 137).

Assim, a literatura entra no sistema da cultura de massa no que diz respeito aos romances publicados em folhetim, visto que, ao produzir a partir do gosto majoritário do leitor, o escritor produz suas obras para entretenimento, o que, segundo Adorno (1988), tende a diminuir a qualidade artística da obra. Nessa perspectiva, partindo da ideia de literatura como

um produto da Indústria Cultural, o escritor passa a ser um operário apto a reproduzir em escala seu produto sem, contudo, ter autonomia total sobre o conteúdo e a estrutura de sua obra.

Vale ressaltar que isso se deve não só à exposição contínua em periódicos como também à estrutura formal e linguagem acessível, ao passo que a literatura se tornou inteligível a um maior número de pessoas, de modo a nivelar a sociedade no que se refere à cultura literária. (ORTIGOZA e BOTOSO, 2020, p. 20)

Destarte, mesmo que a literatura, em sua essência, tenha uma expressão de livre invenção na sua criação artística, ao ser transformada em produto da Indústria Cultural, favorece a produção das estéticas médias (MORIN, 1997 p. 13). Assim, pode-se afirmar que essa mudança na literatura se deu a partir do momento em que começou a ser comercializada pelos meios de comunicação como objeto de venda.

O primeiro romance-folhetim publicado em *La Presse* foi um romance de Balzac, *A Solteirona (La Vieille Fille)* (1837), lançado em treze folhetins. Posteriormente, foi se dispondo uma maior duração na quantidade de publicação de outros romances, a exemplo de *A Mathilde* (1841), de Eugène Sue, que ocupou oitenta folhetins. Arnold Hauser (1972) dá créditos à *Revue Deux Mondes* sobre a serialização de histórias:

La Presse e o *Siècle* são os primeiros jornais diários a publicar séries de artigos, mas a ideia de publicar um romance em folhetins não lhe pertence. Vem já de Véron, que foi o primeiro a pô-la em prática na sua *Revue de Paris*, fundada em 1829. Buloz aproveita-se dela na *Revue des Deux Mondes* e publica sob esta forma, entre outras coisas, romances de Balzac. (HAUSER, 1972, p. 894)

Thérenty (2015) expressa que os romances-folhetins publicados diariamente ou periodicamente não tinham problemas com encadernação ou impostos aos livros. O princípio deles era aparecer por partes, em fatias cotidianas. O jornal era uma máquina de prolongar o romance. Nesse contexto, o romance, como discurso literário, tornou-se literatura comercial.

Essa literatura, que nasce como cultura de massa, diverge em vários objetivos daquela que não possui propósito lucrativo: “Qualidade à quantidade, criação à produção, espiritualidade ao materialismo, estética à mercadoria, elegância à grosseria, saber à ignorância (MORIN, 1997 p. 18). Nesse cenário, ao não possuir mais autonomia sobre seus escritos, os autores dos folhetins deveriam adaptar ou regular seu texto para o espaço permitido pelo jornal, o que poderia prejudicar o andamento da narrativa ou causar um grande resumo em determinada passagem.

Ernesto Rodrigues, em seu livro *Mágico Folhetim* (1998), define o folhetim e o folhetinista como:

Condutor de histórias e da imaginação alheia, o autor precisa de controlar efeitos e regular a atenção de milhares: as funções fática e referencial não excedem a emotiva e metalinguística; a conquista da poética não é, visivelmente, sonho baldado. Exige-se, por isso, alguma perseverança, mesmo continuidade que pode desembocar no roman-fleuve – se alguns, hoje, traduzem este por 'romance maçudo', creio eu que a compactação da 'comédia humana' nessa fórmula tem explicação no processo jornalístico-receptivo a que aludi. Em termos práticos, é o meu folhetim romanesco, que prevê o episódio solto ou a linhagem interminável. (...) intriga com picos de interesse e de audiência na data da renovação das assinaturas. A técnica do episódio joga com múltiplas peripécias, rudes, inesperadas ou comoventes, tudo devidamente doseado – princípio da serialidade – para que se mantenham a curiosidade e a expectativa. (RODRIGUES, 1998, p. 210)

Assim, os folhetins foram sendo constituídos de acordo com o interesse do público. Marlyse Meyer, em sua obra *Folhetim: uma história* (1996), contribui expressando que o folhetim é como uma receita que

[...] vai se elaborando aos poucos, e, já pelos fins de 1836, a fórmula 'continua amanhã' entrou nos hábitos e suscita expectativas. Falta ainda fazer o romance ad hoc que responda às mesmas, adaptado às novas condições de corte, suspense, com as necessárias redundâncias para reativar memórias ou esclarecer o leitor que pegou o bonde andando. No começo da década de 1840, a receita está no ponto, é o filé mignon do jornal, grande isca para atrair e segurar os indispensáveis assinantes. Destinado de início a ser uma outra modalidade de folhetim, o então chamado folhetim-romance vai se transformar no feuilleton tout court (MEYER, 1996, p. 59)

Marlyse Meyer (1996) expressa que provavelmente todos os romances da época passaram a ser publicados nos jornais ou revistas na forma de periódicos antes de publicações em volume, por conta do sucesso obtido na primeira tiragem em folhetim. Isso fez com que eles construíssem um novo modelo de expressão e domínio literário, já que em função de sua popularidade era o modo mais prático e lucrativo de chegar ao público.

Mesmo que fosse colocado como uma literatura menor, tendo em vista que sua finalidade era servir os assinantes – público em massa dos jornais da época –, sua popularidade só aumentava, um fato que chamou a atenção de autores já consagrados da época.

Muitas obras conhecidas como clássicos universais foram, primeiramente, publicadas em folhetins. Exemplos disso são: *O Conde de Monte Cristo* (1844) e *Os Três Mosqueteiros* (1844), de Alexandre Dumas; *Madame Bovary* (1856), de Gustave Flaubert; *Os Miseráveis* (1862), de Victor Hugo; *O judeu errante* (1844), de Eugène Sue, dentre outras, o que leva a questionar se o nível dessa produção em massa pode ser visto apenas como literatura mediana.

A expressão francesa "*la suite à demain*" era usada no final de capítulos do romance-folhetim, significando "continua amanhã". Isso manifesta e marca a questão da ruptura que ocorria para despertar curiosidade no leitor. Jean Louis Bory (1966, p. 13) ressalta essa marca

ao dizer que “é necessário que cada publicação seja vislumbrada como totalidade de sentido, satisfazendo e renovando a expectativa do leitor, criando o suspense”.

Os autores, a essa altura, seguiam o público anônimo, os quais tinham poder sobre as vendas e enfrentaram o que Bourdieu define posteriormente como a

[...] ameaça que os mecanismos implacáveis e inumanos de um mercado regido por sua dinâmica própria fazem pesar sobre a produção artística ao substituir demandas de uma clientela selecionada pelos veredictos imprevisíveis de um público anônimo (BOURDIEU, 2013, p. 104).

É importante destacar que muitas dessas produções não somente foram consagradas, posteriormente, como romance, principalmente, romance romântico – pois alguns saíram da publicação dos jornais e foram editados como livros – como conseguiram construir um novo sentido de popularização de uma forma de expressão literária, já que muitas vezes era o único modo de chegar ao público.

Yasmin Nadaf (2009, p.121), ao comentar sobre o romance-folhetim francês, valida que “eram histórias de amores contrariados, paternidades trocadas, filhos bastardos, heranças usurpadas, todas elas seguidas de duelos, raptos, traições, assassinatos e prisões”. Por seu caráter comercial, o modelo de romance em foco possuía uma tipologia textual que contemplava diálogos e comumente tinha como protagonista a figura de um herói que se movia em um mundo de extrema tensão social. Também eram frequentes nesses escritos contrastes de maniqueísmos, ou seja, bem *versus* mal, felicidade *versus* decepção, baixa sociedade *versus* alta sociedade.

A almejada adequação ao grande público, a necessidade do corte sistemático num momento que deixe a atenção em “suspense” leva não só a novas concepções de estrutura (por exemplo, o problema dos fins dos capítulos ou de série, a distribuição da matéria seguindo aquele esquema iterativo tão bem evidenciado por Eco) como a uma simplificação na caracterização dos personagens, muito romântica na sua distribuição maniqueísta, assim como a uma série de outros cacoetes estilísticos. Verifica-se, além disso, genial adaptação à técnica do “suspense” e ao rápido e amplo ritmo folhetinesco dos grandes temas românticos: o herói vingador ou purificador, a jovem desflorada e pura, os terríveis homens do mal, os grandes mitos modernos da cidade devoradora, a História e as histórias fabulosas etc (MEYER, 1996, p. 31).

Meyer (1996) ainda ressalva que a designação “romance-folhetim” passou a se referir especificamente ao subgênero de romance com elementos melodramáticos e golpes de teatro, e com uma conotação bastante pejorativa. Segundo a autora, esses seriam os “folhetins folhetinescos” propriamente ditos. A crítica ainda acrescenta que as revoluções burguesas de 1830 e 1848, o golpe de Estado de 1851 e a Guerra Franco-Prussiana de 1870 como marcos

para a construção do primeiro momento do romance-folhetim, pois entre 1836 e 1850, Eugène Sue, Alexandre Dumas e Honoré de Balzac, ao estabelecerem o arcabouço deles, puderam ver suas obras apreciadas como narrativas históricas e sociais e com heróis ideais.

Assim, em primeira instância, nota-se o romance-folhetim ligado à perspectiva histórica com narrativas que exploram a fuga do homem em relação à sociedade, manifestando os ideais românticos e posteriormente com ideias vigentes daquela sociedade, a exemplo das obras *O mistério de Paris* (1842), de Eugène Sue, e *O Conde de Monte Cristo* (1844-1846), de Alexandre Dumas.

O segundo momento do romance-folhetim se instaura entre os anos de 1851 a 1871 com uma estrutura mais rocambolesca, ou seja, marcada pelo anti-herói Rocambole, cheio de aventuras em forma de série. Pode-se tomar como exemplo o romance-folhetim de *Ponson du Terrail*, *As proezas de Rocambole* (1853), um romance-folhetim publicado a partir de 1853. A história retrata um anti-herói cheio de trapagens e com habilidade de enganar as pessoas por meio de disfarces.

De 1871 a 1914, o sensacionalismo, e agora naturalismo, invocados nos textos de Xavier de Montepín, que ressoavam heróis-vítimas foi marcado pelo pensamento conservador. De Montepín, temos os romances *Les tragédies de Paris* (1874-1875), *Le fiacre n° 13* (1880), *La mendicante de Saint-Sulpice* (1895), entre outros.

Por conta disso, muitas vezes na primeira parte de suas publicações, o romance-folhetim, pode ser considerado como um gênero misto, pois cada capítulo de um volume, chamado de gabinete de leitura, constitui uma espécie de cena em tamanho reduzido, na qual as personagens dialogam entre si, fortalecendo, por exemplo, o que pode ser comparado com o teatro (COLIN; CONRAD; LEBLOND, 2013).

Ademais, o romance-folhetim também recebe arquétipos que remetem aos mitos e às lendas (VAREILLE, 1994). Isso se confirma também por meio da opinião Tânia Serra (1997, p. 21), quando diz que “o romance tem preocupações estruturais e temáticas que podem se diferir das do romance-folhetim, mais voltado ao grande público em busca de diversão, embora esta não seja negada no romance em folhetim”.

Os romances-folhetins, no fim do século XIX, se tornaram tão populares que passaram a ser traduzidos e imitados em outros países. No Brasil, nas duas décadas seguintes à publicação na Europa, os jornais aderiram à ideia da publicação de romances em folhetins, primeiro com as traduções dos clássicos, principalmente de tradição francesa, e depois com os considerados

romances históricos ou *romances brasileiros*, de autores como Justiano José da Rocha, Martins Pena, entre outros.

A adesão a esse tipo de publicação aumentou, pois a população brasileira da época estava descontente com os portugueses, criando grande afinidade com a cultura francesa. Ao juntar esse fato à reestruturação da imprensa que ocorreu na época, percebem-se alguns motivos do grande sucesso dos folhetins no Brasil. Assim, a partir da década de 1840, romancistas já conhecidos no Brasil se voltaram aos folhetins, como Joaquim Manuel de Macedo, e, anos mais tarde, José de Alencar e Machado de Assis.

Inicialmente, o romance brasileiro tinha notoriamente a presença de traços típicos dos romances de folhetins franceses e da literatura do romantismo, principalmente os dramas, como a morte como solução, o confinamento religioso para mulher, casamentos por obrigação, uma doença fatal etc. Sucessivamente, houve algumas mudanças e pôde-se notar nos romances como de Alencar e Machado temas da realidade nacional. Sobre esse viés, Beatriz Zechlinski diz que:

Tanto no Brasil quanto na França, se a fórmula de Girardin teve tanto êxito foi porque já respondia a hábitos adquiridos de leitura de ficção. Havia, em ambos os lugares, a existência de um “gosto novelístico” que precedeu a Revolução Francesa e seguiu pelo romantismo afora, como demonstra o grande número de edições de livros no início do século XIX (ZECHLINSKI, 2018, p. 6).

Romances como *Rosa* (1849) e *Nina* (1870), de Joaquim Manuel de Macedo; *Diva* (1856), *A viuvinha* (1857), *Cinco Minutos* (1857), de José de Alencar; *Memórias de um sargento de milícias* (1852-53), de Manuel Antônio de Almeida; *Inocência* (1872), de Visconde de Taunay; *A mão e a luva* (1874), *Helena* (1876), *Memórias póstumas de Brás Cubas* (1880), *Quincas Borba* (1886), de Machado de Assis; *O Ateneu* (1888), de Raul Pompéia; e *Casa de Pensão* (1883) e *Philomena Borges* (1884), de Aluísio Azevedo, foram todos primeiramente publicados como romance-folhetim em jornais.

De mais a mais, a popularidade do romance-folhetim se deu constantemente devido a sua fidelidade à opinião do leitor, o que deixava claro sua legitimidade como mercadoria da Indústria Cultural, propagando-se por meio da comunicação em massa dos jornais e de uma economia mercadológica. Dessa forma, o seu sucesso absoluto permitiu que de sua base estrutural e conteudista outros gêneros se formassem ulteriormente.

O romance-folhetim, depois de demarcar e se solidificar em jornais e revistas no século XIX, ainda se faz presente nos séculos XX e XXI, contudo, servindo-se de outras roupagens: a audiovisual, por exemplo, mediante a Televisão – sendo exibido por meio de novela e, atualmente, séries e minisséries fatiadas. Sendo assim, mesmo com o avanço da tecnologia e o surgimento da internet, o romance-folhetim se

reconfigurou e adaptou-se às conveniências de seu público, continuando como um fenômeno popular e ainda em pleno vigor. (ORTIGOZA E BOTOSO, 2020, p. 11)

No tópico seguinte, a partir dos estudos da estética da recepção, acentuar-se-á como ocorria essa fidelidade e como a opinião do leitor era imprescindível para a formação do romance publicado nos folhetins, além de servir como base para os gêneros posteriores que se baseariam nele.

1.3 Romance-folhetim: pressupostos da estética da recepção

A Estética da Recepção se popularizou a partir da aula inaugural realizada por Hans Robert Jauss, na Universidade de Constança, na Alemanha, em 1967. Nessa aula, o professor e crítico já particularizava algumas questões que, mais tarde, com a publicação de *A história da literatura como provocação a teoria literária* (1967), introduziria os estudos dessa teoria.

Jauss foi de encontro a todas as teorias que focavam apenas o texto e esqueciam o papel do leitor. Ele visava restabelecer o encontro da literatura e da história sob a perspectiva de um novo elemento que, segundo ele, era esquecido nos estudos literários: o consumidor do texto.

Dessa forma, por meio de pesquisas com vínculos com a hermenêutica e a fenomenologia, no que se buscava a interpretação de sentido por meio da relação entre a consciência do saber humano e o mundo exterior, a Estética da Recepção compreende as condições sócio-históricas das múltiplas interpretações sobre um texto e sua recepção por parte do leitor, mediada pelo nível histórico dele. Assim, o leitor completa os vazios do texto, deixando sua passividade e alcançando uma função participativa.

Desde o início, o primeiro foco de análise do pesquisador alemão, no tocante à Estética da Recepção, foi realizar uma crítica ao Formalismo Russo, pois, segundo ele, este dá uma autonomia total ao texto, abordando a história de forma insuficiente. De forma semelhante, ele criticou também o Estruturalismo e diz que os estudos da corrente se voltam apenas para a estrutura da obra. Segundo José Adriano Filho,

No contexto do surgimento da estética da recepção, portanto, o desafio da interpretação da obra literária estava na retomada do problema da história da literatura deixado em aberto pela disputa entre os métodos marxista e o formalista. (ADRIANO FILHO, 2019, p.316)

Depois de 20 anos, Jauss ainda ratificou as informações que evidenciou em sua obra de 1967, dizendo:

A história da literatura como provocação à teoria literária era fundamentalmente, em sua intenção, uma apologia da compreensão histórica tendo por veículo a experiência estética – e isso em uma época na qual o estruturalismo havia desacreditado o conhecimento histórico e começava a expulsar o sujeito dos sistemas de explicação do mundo. (JAUSS, 1994, p. 73)

Assim, como grande expoente dos primórdios da Estética da Recepção, Jauss mudou o foco nos estudos da teoria literária ao sair do texto e se voltar à experiência estética, ao processo da leitura e ao leitor, o qual seria o principal foco dessa perspectiva de análise. O “leitor passou a ter papel distintivo no processo de conhecimento e descrição da obra de arte literária” (ZILBERMAN, 2001, p. 87). Nesse sentido, a Estética da Recepção tem como foco tanto a parte poética, ou seja, estética, como também a hermenêutica, no caso, a interpretação.

Bordini e Aguiar, ao dissertarem sobre a formação do leitor por meio da publicação do livro *A formação do leitor: alternativas metodológicas* (1993), propõem segundo a Estética da Recepção que

[...] o conceito de historicidade da teoria recepcional é o de relação de sistemas e eventos comparados num aqui-e-agora específico: a obra é um cruzamento de apreensões que se fizeram e se fazem dela nos vários contextos históricos em que ela ocorreu e no que agora é estudada (BORDINI; AGUIAR, 1993, p. 81)

Sobre esse prisma, a obra de arte precisa ser vista por seu viés histórico de origem, mas também em ação no tempo, em sua função social. “A experiência primária de uma obra de arte realiza-se na sintonia com seu efeito estético na compreensão fruidora e na fruição compreensiva” (JAUSS, 1979, p. 69). Nesse sentido, uma mesma obra pode apresentar diferentes interpretações, ao passo que ao longo dos anos há mudanças nas visões de mundo do leitor.

Isso quer dizer que uma obra pode mudar radicalmente ao passar dos anos? Não. Mesmo com mudanças na interpretação, essas modificações não se distanciam uma das outras, devido, principalmente, aos posicionamentos limitados que o autor compõe sobre ela, por isso que a Teoria da Estética da Recepção se forma a partir do leitor, da obra e do autor. Márcia Hávila Mocci da Silva Costa, em seu livro *Estética da recepção e teoria do efeito* (2011), ressalta isso fazendo uso dos pressupostos dos estudos:

Jauss (1994) concebe a relação entre leitor e literatura baseando-se no caráter estético e histórico da mesma. O valor estético, para o autor, pode ser comprovado por meio da comparação com outras leituras; o valor histórico, através da compreensão da recepção de uma obra a partir de sua publicação, assim como pela recepção do público ao longo do tempo (COSTA, 2011, p. 04).

É importante salientar que as proposições evidenciadas pela Estética da Recepção não devem ser encaradas como uma anulação de outras teorias, e sim apenas como um novo olhar sobre o leitor, o qual, de acordo com a teoria, não pode ser dissociado da obra e do autor.

O que se estabelece, na década de 1960, como Estética da Recepção já podia ganhar destaque na literatura publicada como folhetins desde o século anterior ao início dessa teoria. No caso, desde os prelúdios do romance-folhetim nos jornais, o leitor foi peça-chave para sua constante popularidade e crescimento.

O foco central de toda interpretação textual deve, portanto, recair sobre o leitor e seus processos de recepção, não somente no autor e nos mecanismos de concepção da obra literária. O leitor é um produtor de interpretações e significações válidas. Todo signo passível de leitura não é uma reprodução, reflexo dos eventos sociais que possibilitaram sua concepção, mas um construto social e cultural que, a partir de sua historicidade, desempenha um papel ativo na produção das possíveis interpretações de cada leitor, na medida em que envolve e ativa suas estruturas intelectuais, emotivas e sensoriais. (ADRIANO FILHO, 2019, p. 56)

O público leitor decorre da força da burguesia, da expansão da escrita e da impressão do texto, a qual possibilitou a seguinte questão: quanto maior o público, maior seria a demanda. Assim, muitos escritores precisaram se adequar às exigências concernentes à recepção da venda dos seus livros, os quais eram vistos como produtos, tornando a literatura dependente dessa recepção: “É esse sujeito que afiança a vitalidade e continuidade do processo literário” (JAUSS, 1994 p. 168).

Por meio da fidelidade ao leitor, o romance-folhetim recebeu cada vez mais espaço, o que atribuía benefício também aos autores. Outro aspecto relevante a ser destacado é que, devido à associação à Indústria Cultural na estrutura dos romances publicados como folhetins, havia diferenças entre os elementos da linguagem utilizados pelo romance folhetim publicado em partes e o publicado integralmente. Enquanto esse tinha como principal foco o emissor, aquele dá enfoque ao receptor, pois, ao ser publicado de capítulo em capítulo, pôde ou não sofrer alterações em seu enredo, conforme a receptividade de seus leitores. Simone Mendonça, ao postular sobre a escrita de sucesso do folhetim, afirma:

O leitor, assim, longe de contentar-se como sujeito passivo do processo, detém posição crucial, já que, muito além de representar um número a mais na contabilidade dos editores, folhetinistas e proprietários dos jornais, interfere no desenvolvimento das narrativas, impondo-lhes final abrupto ou consagrando-lhes longevidade, medidas pelo número de exemplares vendidos ou pelas assinaturas adquiridas. (MENDONÇA, 2017, p.116)

Assim, para a formação do romance-folhetim, o leitor foi de grande importância e sua opinião constantemente foi relevante para moldar e modificar as obras publicadas nos jornais. E mais: ao proporcionar um foco no receptor, essa literatura introduziu a multiplicidade do sentido proposto pelo autor e por aqueles que liam a obra, conferindo, assim, certa gestão sobre os escritos, tanto de maneira individual quanto cultural.

Afinal, a qualidade e a categoria de uma obra literária não resultam nem das condições históricas ou biográficas de seu nascimento, nem tão-somente de seu posicionamento no contexto sucessório do desenvolvimento de um gênero, mas dos critérios da recepção, do efeito produzido pela obra e de sua fama junto à posteridade, critérios estes de mais difícil apreensão. (JAUSS, 1994, p.7)

Além disso, o romance-folhetim se diferenciava ainda em questões de acessibilidade, adequando-se ao público leitor, por vezes publicando obras para leitores dos campos e em outras para o público da cidade. Assim, a popularidade dos romances publicados em folhetins só aumentava, como afirma Luiz Roncari:

Foi a difusão do gosto e interesse pelo romance, numa camada receptiva que se ampliava, principalmente junto ao público feminino das famílias das capitais, que levou muitos a se dedicarem ao gênero. Ao longo das décadas de 30 e 40 do século XIX, foram vários os poetas e intelectuais que experimentaram o trabalho com a prosa, a novela curta e o romance, ainda mais quando os jornais passaram a publicar, nos seus rodapés, os folhetins. (RONCARI, 1995, p. 487)

Como já mencionado no tópico anterior, a existência de obras clássicas publicadas primeiramente como folhetins é uma realidade e, mesmo com a diminuição do jornal como meio de comunicação, haja vista o surgimento de outros veículos, ainda é possível identificar as características do folhetim em obras literárias e em outros gêneros.

Na literatura dos dias atuais, temos os *best sellers*, os quais movimentaram a cultura de massa nesse cenário, possuindo grande ligação com o mercado e com a recepção de suas obras. Sobre a influência das características do romance-folhetim, também há produções cinematográficas, radionovelas e produções televisivas, as quais bebem da mesma fonte.

No panorama televisivo, atualmente, as premissas, tanto estruturais quanto conteudistas que rodeavam e ainda rodeiam o gênero romance e, principalmente, o romance-folhetim – por ser o produto comercializado do gênero romance –, são encontradas em produtos culturais, como é o caso de novelas, séries e minisséries.

No que concerne aos elementos televisivos, Sérgio Nesteriuk (2011) acredita que a interação mútua acontece quando é possível que o telespectador reorganize elementos da série e realize novas leituras.

A experiência de mediação do público, a partir do seu próprio repertório, soma-se a uma nova experiência que a mensagem seriada é capaz de produzir, descortina e fragmentariamente, baseada na intertextualidade. A esse receptor, atribui-se o papel de *iterator* capaz de reorganizar elementos (objetivos e subjetivos) preexistentes e proporcionar novas (re) leituras desse mesmo sintagma. Tais leituras só conseguem ser aprendidas em sua totalidade por aqueles que compartilham a estrutura dos códigos do sistema de seriedade que se apresenta. Neste caso, as séries passam a funcionar com uma espécie de arquitexto, de uma enciclopédia na qual, por meio de um processo de aprendizagem, o próprio espectador estabelece o seu conceito de seriedade a partir de processos de compreensão, interpretação e de diferentes estratégias de leitura (NESTERIUK, 2011, p. 45).

Assim, ao organizar tais leituras, o receptor consegue absorver os processos que são estabelecidos no gênero série, bem como os compreende melhor, ao passo que os consome. Desse modo, quanto maior for o contato com o gênero – ou a leitura sobre gêneros semelhantes –, melhor é sua absorção sobre tal arquitexto.

No próximo capítulo, será pontuado também como o romance-folhetim possibilitou que outros gêneros, em diferentes formatos, surgissem com características similares, em especial a série televisiva. No que tange principalmente o conceito criado por Henry Jenkins (2008), cultura de convergência, que aborda sobre como o uso de diferentes mídias, por meio de uma cultura participativa do receptor confirma esse processo nas séries televisivas.

Dessa forma, partindo do pressuposto da força que o telespectador tem sobre as séries, assim como o leitor tem sobre a obra literária no que diz respeito a estética da recepção, observe-se-á de que forma isso acontece.

.

2. DO ROMANCE-FOLHETIM À SÉRIE TELEVISIVA: DUAS FACES DE UMA MESMA ESTRUTURA

Compreendendo o romance-folhetim como a primeira manifestação do que seria literatura de massa, pode-se considerar que sua influência em outros gêneros literários e outras manifestações artísticas apareceram na metade do século XIX, o que evidencia como sua estrutura obteve sucesso no mercado, remodelando-se de acordo com a época em que era escrito. Assim, na leitura de uma obra folhetinista é possível observar, inclusive, os valores mais apreciados da época. Além disso, por conta da sua necessidade de se adequar ao gosto do público, o gênero era encarado como um retrato do que uma grande parte do público queria como leitura.

Quanto à atuação sobre outras manifestações de nível literário como produto industrial, temos os *Penny dreadfuls*¹, considerados uma literatura gótica que se popularizou na Inglaterra um pouco depois dos folhetins, sendo comercializados para o público operário, principalmente de baixa renda. Temos também a *dime novel*², que surgiu nos anos de 1860, fortemente baseada nos romances folhetinistas – consistia em romances estadunidenses chamados de moeda de dez centavos e seus capítulos eram publicados em edições impressas em papel de baixo custo.

Logo após o surgimento das *dime novels*, apareceram nos Estados Unidos as *pulp fictions*, vistas como uma literatura que tinha um único objetivo: entreter, sem refletir. Era também de baixo custo, para se ter um maior público, e uma ficção publicada em *pulp paper*, um papel de baixa qualidade e bem parecido com o utilizado em jornais.

Com o advento do cinema, o romance-folhetim também veio a ser base para histórias filmicas. Jeanne-Marie Clerc e Monique Carcaud-Macaire, em seu livro *L'Adaptation cinématographique et littéraire* (2004), dizem que foi comum adaptações de folhetins para o cinema, o que possibilitou a formação de um gênero misto, meio romance e meio roteiro, chamado de *cine-roman ou roman-cinema*.

O cinema também se apropriou de personagens populares dos romances, como os de autoria de Alexandre Dumas. *Os três mosqueteiros e D'Artagnan*, no cinema, foram protagonistas de outras aventuras, além das originais publicadas em folhetim. O teórico de cinema André Bazin (2001) afirma que o cinema, ao se apropriar dos personagens, extrapola o mundo literário e cria novas memórias ficcionais, independentes do texto original. Além do

¹ Literatura popular que se originou no Reino Unido no século XIX, considerada como livro barato e com publicação semanal de cada capítulo.

² Ficção popular estadunidense publicada em série e com edições baratas.

cinema, o rádio e a televisão também se apropriaram do gênero e salientam as narrativas em seus respectivos meios.

2.1 A influência do romance-folhetim em gêneros televisivos

A partir do início do século XX, já com a formação e popularidade dos cinemas, o romance-folhetim influenciou as primeiras produções de seriados. Deborah Elliott-Upton, em seu artigo intitulado *In the Nick of time* (2008), considera que o primeiro seriado adveio da França, em 1908, e foi chamado de *Nick Carter, le roi des detectives* com base em uma literatura *pulp* estadunidense, escrita por John R. Coryell, em 1886. Assim como na literatura, o seriado contava as aventuras e investigações de Nick Carter. Para se obter a continuidade do público, *Nick Carter, le roi des detectives* foi produzido em intervalos quinzenais em seis episódios e foi dirigido por Victorin-Hippolyte Jasset. Seu sucesso garantiu no ano seguinte a sua sequência, *Les nouveaux exploits de Nick Carter*.

Seguindo o sucesso das histórias de Nick Carter, outros países começaram a investir nesse tipo de entretenimento, a exemplo do seriado *Homunculus* (1916), na Alemanha, e outros nos Estados Unidos, posteriormente. Muitos desses seriados, vale destacar, foram adaptados a partir de romances-folhetins e de *pulp fictions*.

Na época, foram produzidos pela indústria cinematográfica, tais como: *What Happened to Mary?* (1912); *Fantômas* (1913); *Judex* (1917); *A Woman in the Web* (1918); *The Eagle's Talons* (1923); *The King of the Kongo* (1929); *The Mystery Squadron* (1933); *Zorro's Black Whip* (1944) e *Blazing the Overland Trail* (1956). Essas séries cinematográficas, inclusive, são antecessoras da atual telenovela e da estrutura de algumas séries televisivas.

Nos anos de 1920, os dramas radiofônicos, as radionovelas, também surgiram na América Latina, mais precisamente no Brasil, e eram baseados no formato de uma narrativa folhetinesca sonora, fazendo grande sucesso internacionalmente. A maior parte eram dramatizações de romances-folhetins e o sucesso gerou uma demanda cada vez maior, o que, posteriormente, com o advento da televisão, fez com que grandes autores de radionovela, migrassem para a produção televisiva:

O folhetim haveria de se metamorfosear noutros gêneros, em função de novos veículos, com espantoso alargamento de público. Entre eles, o gênero que parece tipicamente latino-americano, a grande narrativa de nossos dias, a telenovela. O Brasil deu-lhe a boa forma e a dimensão que faria dele o primeiro gênero narrativo de exportação. A “grande narrativa televisiva” se insere por sua vez nessa enorme

corrente de contação de histórias que parece consubstancial à vida do homem em sociedade (MEYER, 1996, p. 417).

Com o surgimento da televisão nos anos de 1920, vieram as *soap operas* americanas, possuindo histórias ficcionais e dramáticas que se prolongavam em vários episódios sequenciais, sem um tempo limite, e um arco poderia seguir por vários capítulos. No início, sua duração era patrocinada especialmente pelas indústrias de higiene e limpeza, pois com o contexto de recessão econômico, seu objetivo era atrair o público feminino para ampliação de vendas nesses setores.

Ainda nos dias de hoje, o gênero se sustenta no Brasil, a exemplo de *Malhação*, uma *soap opera* que perdurou por mais de 20 anos em sua emissora, a Rede Globo. A partir dos anos 30, os *talk shows*³ e os seriados de televisão começaram a surgir. Além disso, muitos programas de rádio foram também introduzidos na televisão, e logo as radionovelas se tornaram as telenovelas, um gênero fixo e que teve muitas das suas produções inspiradas em folhetins. Por último, surgiram as séries televisivas.

A primeira tentativa de produção de uma série televisiva foi *The Television Ghost* (1931-1933), nos Estados Unidos, e tratava de uma história em que fantasmas contavam como foram assassinados. Porém, por conta de limitações ainda evidenciadas no gênero, a primeira série da televisão, seguindo já um formato mais propriamente televisivo, veio da Inglaterra. Foi a série *Pinwright's Progress*, que estreou em novembro de 1946 e durou apenas uma temporada.

Entretanto, foi com a série e sitcom *I Love Lucy* (1951) que a popularidade do gênero série televisiva se estabeleceu. Com 194 episódios distribuídos em seis temporadas, *I Love Lucy* ganhou cinco *Emmys* durante seu tempo de transmissão. Assim, alguns historiadores a consideram como a primeira série televisiva.

Com a popularidade, e tendo a televisão sempre como principal veículo de transmissão, as séries televisivas logo se tornaram parte do dia a dia das pessoas. Seu conteúdo mais completo veio à tona principalmente no fim da década de 1980, quando surgiu a TV a cabo, que possuía os canais que as lançavam – contudo, esse serviço era acessado apenas por algumas famílias. Posteriormente, com o crescimento de acesso à internet, as séries começaram a ser mais disponibilizadas por sites que ofereciam de graça o conteúdo, devido à crescente pirataria.

³ Foi um gênero radialístico e depois televisivo, em que uma pessoa ou um grupo de pessoas se juntam ao apresentador, o qual modera tópicos de diálogos.

Com a ascensão da internet como produto de transmissão de dados, surgiu então a era dos serviços *streaming*, a exemplo da *Netflix* e da *Amazon Prime Video*. Segundo Castells (2003), esses serviços podem ser configurados como transmissão de conteúdo em tempo real na internet com o uso de aplicativos como o *Realplayer* ou o *Quicktime*. Nesse contexto, a partir do início dos anos 2000, tais meios de entretenimento começaram a se disseminar, oferecendo serviços em que o público tinha acesso sem precisar baixar o conteúdo, pois os *streamings* já os tinham armazenado em seus dados.

Por conta do crescimento da comercialização de produtos de forma virtual, incluindo as ficções em série, a televisão seguiu a demanda e, por consequência, se deu o surgimento das *Smart TV's*, principalmente pela necessidade de adaptação, mostrando como a televisão sempre foi disposta a evoluir junto com a modernidade. Dessa maneira, com o crescimento da internet, a TV se reinventou para se adequar às novas possibilidades implantadas pelo mundo virtual.

Neste contexto, Arlindo Machado afirma:

Os profissionais de televisão e do audiovisual em geral vivem um momento de estupefação, desafio e necessidade de riscos em direção a alguma coisa que ainda não se sabe bem o que poderá vir a ser. Vamos viver um período de muita experimentação de novos modelos de televisão, onde alguns vingarão e outros provavelmente fracassarão. Tudo indica que estamos vivendo o fim de um modelo de televisão e o surgimento de experiências ainda não muito nítidas, mas suficientemente expressivas para demandar pesquisa e análise (MACHADO, 2011, p.88)

Para a produção das séries, mesmo sua estrutura partindo do cinema, os gêneros televisivos foram de grande apoio, principalmente programas que também tinham influência do romance-folhetim, como as telenovelas e os seriados. Sobre essa questão, é necessário dizer que tanto o cinema quanto a televisão receberam igualmente uma audiência em massa que os influenciou, como também disseminaram informações cruciais em relação à sociedade da qual faziam parte, algo já construído nos romances-folhetins:

Se os intervalos que fragmentam um programa de televisão fossem suprimidos e os vários capítulos diários fossem colocados em continuidade numa mesma sequência, o interesse do programa provavelmente cairia de imediato, uma vez que ele foi concebido para ser decodificado em partes e simultaneamente com outros programas. Ninguém suportaria uma minissérie ou telenovela que fosse apresentada de uma só vez (mesmo que de forma compacta), sem interrupções e sem os nós de tensão que viabilizam o corte. (MACHADO, 2011, p.88)

Nesse sentido, produção e recepção parecem ser elementos-chave para a estrutura da série televisiva, visto que a permanência da primeira dependerá de uma resposta positiva da

segunda. Porém, os elementos de convergência, frequentes na estrutura dos gêneros televisivos, são, por vezes, desconhecidos pela maioria dos telespectadores. Contribuindo com a discussão sobre os gêneros televisivos, Yvana Fechine, em seu livro *Gêneros televisuais: a dinâmica dos formatos*, esclarece:

No caso específico da televisão, a noção de formato incorpora toda dinâmica de produção e recepção da televisão a partir daquilo que lhe parece mais característico como princípio de organização: uma fragmentação que remete tanto às formas quanto ao nosso modo de consumi-las. (FECHINE, 2001, p.19)

Algo que instiga ainda mais a interação com o público é o fato de que na série televisiva, assim como nas novelas, há um clímax ao final de cada episódio. Dessa forma, assim como a relação texto-leitor, na literatura, importante fator nos romances folhetins, nos gêneros televisivos essa relação se mantém juntamente ativa. Stuart Hall, em seu livro *Da Diáspora: identidades e mediações culturais* (2013), afirma, utilizando os termos de Karl Marx, que “circulação e recepção são, realmente, “momentos” do processo de produção da televisão” (HALL, 2013, p. 367).

Dessa forma, a recepção é parte constante do processo de criação da televisão e por isso podemos identificar que era uma fórmula já existente no “continua amanhã” do romance-folhetim. Na televisão, impele-se a curiosidade do telespectador – isso pode ser identificado quando uma série termina seu episódio em uma cena que só será continuada no próximo capítulo. Essa estratégia ocorre continuamente, a fim de que o telespectador dê audiência à programação até sua conclusão. Então, sucessivamente, os episódios terminados e iniciados a partir de um clímax fazem extremo sucesso.

Em virtude disso, nas séries de televisão, é possível haver um corte temporal entre os episódios, o que pode dificultar a compreensão se alguém começar a assistir a partir de um episódio solto, que não seja o primeiro. Séries normalmente possuem arco narrativo que se estende ao longo de vários episódios. As séries americanas, por exemplo, são estruturadas de acordo com o objetivo da temporada anual.

Outra questão é que, assim como o folhetim literário se assumiu por conta das exigências e necessidades do mercado no que se refere aos seus leitores, os gêneros televisivos influenciados pelo romance-folhetim são legitimados pelos seus ouvintes e espectadores, e essa redefinição se dá conforme o discurso vigente da época, ou seja, são “socialmente hegemônicos” (LOPEZ, 1995).

Essa homogeneidade aumentou ainda mais a partir do que se entende hoje como cultura de convergência. Segundo o criador do termo, Henry Jenkins, os meios de comunicação não excluem uns aos outros e sim coexistem e interagem simultaneamente, de forma que contribui para propagação de um produto.

Jenkins (2008) diz que a partir do encontro dessas diferentes mídias, o público tem maior conhecimento e liberdade para se expressar sobre aquilo que consome, o que contribui para o mesmo processo já enfatizado na estética da recepção, a influência do público.

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. [...] A convergência deve ser compreendida principalmente como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos. A convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos (JENKINS, 2008, p. 29).

Dessa forma, a cultura de convergência se torna a ferramenta de uso para a mão do leitor sobre a obra, essa cultura muito é percebida principalmente por meio da transmídia, que seria a utilização de vários meios para narrar partes de uma história. A narrativa transmídia já faz parte do universo narrativo do enredo da obra televisiva desde o início. Pois ela garantiu por meio de estratégias tecnológicas nos meios digitais, que público conseguisse perceber a expansão do mundo de obra. Assim, possibilitando novas maneiras de se comunicar com o público. Sobre transmídia, Jenkins estabelece que se trata de

[...] dispersão em múltiplas plataformas de conteúdo ligado a uma franquia. Assim, uma história que é introduzida, por exemplo, num filme, pode ser continuada em – e não apenas adaptada para – televisão, livros, quadrinhos e videogames (JENKINS, 2008, p. 138).

Jenkins compreende que seria o resultado de uma convergência que impacta de forma cultural, ou seja, a cultura estabelecida na série se propaga no imaginário social. Segundo ele, a convergência não é apenas uma mudança tecnológica, mas que transforma a lógica pela qual a indústria midiática produz e no que tange o processo de construção do entretenimento dos consumidores.

A partir disso, as ações no que diz respeito a transmídia das franquias de séries televisivas, podem ser reproduzidas por meio de programas televisivos, jogos, brinquedos, roupas, e até mesmo outras obras literárias. São narrativas que possuem vínculo com o produto original, e expandem o enredo já conhecido. O que induz o consumidor a pesquisar e se manter participante desse processo. Em *Cultura de Conexão* (2014), Jenkins explora como a indústria já possui o conhecimento da cultura de participação.

As indústrias de mídia compreendem que a cultura está se tornando mais participativa, que as regras estão sendo reescritas e que os relacionamentos entre produtores e seus públicos estão em fluxo. No entanto, poucas empresas estão dispostas a correr o que pode ser entendido como um risco substancial com propriedades intelectuais potencialmente valiosas. Os desejos dos fãs e os interesses das empresas às vezes funcionam em paralelo, mas nunca coincidem inteiramente, em parte porque até as empresas que acolhem os ideais de engajamento da audiência continuam incertas quanto à margem de controle de que lhes é conveniente abdicar. (JENKINS, 2014, p. 49)

Nesse contexto, a cultura das séries assume muito da fórmula já produzida pelos romances-folhetins, e a partir do grande meio tecnológico consegue se estabelecer como um gênero cada vez mais forte e explorado em diversos meios, contribuindo para sua circulação e o consumo de maneira participativa, fundamentada na hiperconexão, típica da cultura das séries. No próximo tópico, será abordada a formação da estrutura das séries televisivas e suas diferenciações em relação a outros gêneros televisivos.

2.2 A estruturação da série televisiva

Como dito precedentemente, a televisão, desde seus primórdios, foi definida como um produto cultural moldado pela modernidade. Com o crescimento da internet, reinventou-se para se adequar às novas possibilidades implantadas pelo mundo virtual. A chegada das *Smart TV's* ao mercado,⁴ em decorrência do crescimento da comercialização de produtos virtuais, a exemplo das ficções seriadas, permitiu que a televisão conseguisse se manter viva, mesmo que na era digital. Dessa forma, as produções que antes estavam saindo da televisão e indo para *streamings*, retornaram à TV.

Inicialmente, os *streamings* consistiam em uma distribuição digital por meio da qual o telespectador tinha acesso às informações em tempo real, sem precisar realizar *downloads* pesados em seu computador, o que resultou em algo muito positivo: a difusão constante de dados e a distribuição de conteúdo multimídia por intermédio da internet. *Netflix*, *Amazon Prime Video*, *Viki* e *Hulu*, por exemplo, são serviços de disponibilização de vídeos, ao passo que o *Spotify* e o *Google Play Music* são exemplos de serviços *streaming* para armazenamentos de áudio. Atualmente, a maior parte desses *streamings* já é configurada nas *Smart TV's*.

Em relação à mudança de distribuição e circulação desse meio de entretenimento, Ford, Green e Jenkins (2014) ressaltam que:

⁴ As *smart TV's* se estabelecem como televisões híbridas que possuem a integração da internet decodificada no televisor, realizando uma convergência entre computadores e televisores. Por possuir internet, permitem a entrada de *streamings* em sua configuração.

Sinaliza um movimento na direção de um modelo mais participativo de cultura, em que o público não é mais visto como simplesmente um grupo de consumidores de mensagens pré-construídas, mas como pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneira que não poderiam ter sido imaginadas antes. E estão fazendo isso não como indivíduos isolados, mas como integrantes de comunidades mais amplas e de redes que lhes permitem propagar conteúdos muito além de sua vizinhança geográfica. (FORD, GREEN, JENKIS, 2014, p. 24)

Essa participação do público é cada vez mais presente na produção das séries televisivas, visto que o espectador já reconhece a estrutura ali construída por tanto consumí-la. E mesmo que, segundo Machado (2000, p. 86), as séries televisivas tivessem recebido um modelo básico de serialização audiovisual do cinema, visto que foi o cinema que iniciou a produção audiovisual em série, foi a TV que incorporou características muito peculiares desse tipo de produção, a ponto de parecer que esse gênero é oriundo dela.

Nessa perspectiva, os espectadores que já conhecem essa estrutura e que estão prontos para consumí-la produzem uma audiência em massa e são eles que, muitas vezes, determinam o caminho que ela deve seguir, como destacam Roberta Pearson e Philip Simpson no livro *Critical Dictionary of Film and Television Theory*:

No mundo de hoje, a classe subalterna ganha a maioria do seu conhecimento acerca do mundo através das mídias em massa, que são, portanto, especialmente cruciais em transmitir informação, imagens e ideologias através das sociedades capitalistas contemporâneas (PEARSON & SIMPSON, 2001, p. 56).

Por esse motivo, a produção das séries se afirma no mesmo processo que concebeu o romance-folhetim, partindo do seguinte pressuposto: mesmo sendo ambos transmitidos por veículos e linguagens distintas, por outro lado, possuem igualmente uma audiência em massa que os influencia, assim como também disseminam informações cruciais em relação à sociedade da qual fazem parte.

Não apenas a série televisiva, mas também outros gêneros televisivos, tais como a telenovela, a minissérie e o seriado, foram influenciados pelos folhetins literários, fazendo com que possuam estruturas, principalmente de conteúdo e recepção de público, similares.

O fenômeno literário tornou-se matriz de linguagem importante que resistiu durante diferentes momentos políticos na França e que perpassa até os dias atuais em outras formas de elaboração de histórias; uma referência ou modelo que tem norteado as criações narrativas. (CAZANI JÚNIOR, 2020, p. 14)

A primeira grande diferença entre os quatro gêneros televisivos – novela, seriado, minissérie e série televisiva – está no formato de sua produção. Por questões didáticas e estruturais, Machado (2011) utiliza-se das terminologias “capítulos”, “episódios seriados” e “episódios unitários” para melhor diferenciar as categorias de séries. O capítulo se refere a uma parte da narrativa principal, que se desenvolve em torno de um tópico específico, a exemplo de telenovelas. Sobre os episódios seriados, o autor diz que “cada emissão é uma história completa e autônoma, com começo, meio e fim, e o que se repete no episódio seguinte são apenas os mesmos personagens principais e uma mesma situação narrativa” (MACHADO, 2011, p. 85). Podemos tomar como exemplo as *sitcons* como *Friends* (1994-2004). O terceiro, os episódios unitários, se diferenciam por possuir múltiplas histórias, personagens, cenários e, por vezes, atores, apesar de possuírem um tema central, a exemplo de *Black Mirror* (2011-2019).

Sobre o tempo de duração entre os quatro gêneros, seguindo o formato televisivo, vale ressaltar que a telenovela, gênero popular na televisão latino-americana, geralmente não se alonga mais que um ano, assim como a minissérie, que possui formato de poucos capítulos. Já o seriado e a série televisiva podem ter longa duração, de acordo com a aceitabilidade do público telespectador.

Portanto, os seriados e as séries de TV não possuem um limite estabelecido de duração, por conta especialmente da recepção positiva ou negativa de quem as consome, com exceção, por exemplo, das séries asiáticas, as quais possuem histórias mais fechadas, frequentemente realizadas em uma ou duas temporadas, como os seriados cinematográficos da primeira parte do século 20.

A indústria ocidental, por outro lado, pode ter como modelo as longas séries, a exemplo de *supernatural* (2005-2020) e *Grey's Anatomy* (2005-), que possuem 15 e 17 temporadas respectivamente, com praticamente 15/17 anos de duração, sendo prolongadas conforme a indústria que produz essas narrativas deseja e mantém o público fiel.

E, diferentemente das séries, as telenovelas – é importante pontuar – se configuram como um gênero bem semelhante à novela literária, de ação e de pontos que se interligam, formando uma cadeia de fatos que podem se ligar à história do protagonista de maneira direta ou indireta: “O essencial de todos os modelos narrativos é que eles giram em torno das ações dos personagens. As ações executadas pelos personagens para atingir os seus objetivos constituem o cerne da narrativa” (BALOGH, 2002, p. 61).

De modo semelhante, a novela televisiva se serve das mesmas fórmulas. Porém, é cabível dizer que nas séries televisivas, por vezes, pode se ter aquilo que se confirma como genérico e já conhecido das novelas, mas não de todo modo.

Uma minissérie, por sua vez, se assemelha à série e ao seriado, podendo possuir capítulos interligados ou não, mas com um limite de duração de 50 episódios. Esses episódios são previamente estipulados, tendo, portanto, menos chances de sofrer modificações pelo telespectador, além de que todos esses episódios são estabelecidos em uma única temporada, o que faz com que haja pouca ou quase nenhuma interferência do espectador. As minisséries se distinguem dos outros gêneros televisivos, principalmente, por serem “produtos diferenciados no contexto televisual, tanto em termos de tratamento temático, estético e discursivo, quanto em termos de orçamentos de produção” (MUNGIOLI, 2010, p. 60).

No que tange à diferença entre série e seriado televisivo, os mais semelhantes, não estabelecem um limite de episódios, mas as diferenças se evidenciam na construção de continuidade desses gêneros. Segundo Machado (2005), as séries televisivas são narrativas mais longas, fragmentadas, exibidas ao longo de dias, meses e anos, de forma seguida ou intercalada por semana, em uma única ou em várias temporadas, habitualmente de acordo com sua recepção do público. Quanto às séries – também denominadas “serial tipicamente americano” –, há diferenças, segundo Mungioli e Pelegrini (2013). Estes, ao comentarem sobre as narrativas complexas na Ficção Televisiva, destacam:

A tradição da ficção televisual americana possui duas formas básicas de serialização: a serial e a serie. Serial (que, no Brasil, corresponderia à série) é o modo em que a narrativa acontece ao longo de episódios, com arcos dramáticos que atravessam diversos capítulos até uma conclusão. É a forma que predomina, por exemplo, nas telenovelas brasileiras. No caso do serial tipicamente americano, geralmente, os limites do arco dramático ocorrem dentro de uma temporada anual. Já a série (que corresponderia ao nosso seriado) é a forma em que os arcos dramáticos têm o limite do episódio – o desequilíbrio dramático ocorre no início do episódio e é resolvido no mesmo episódio. (MUNGIOLI E PELEGRINI, 2013, p. 25)

Algo que instiga ainda mais a interação com o público é o fato de que na série televisiva, assim como nas novelas, há um clímax ao final de cada episódio. Assim, a curiosidade do telespectador é aguçada, conduzindo-o a assistir ao episódio seguinte. Essa estratégia ocorre continuamente, a fim de que o telespectador dê audiência à programação até sua conclusão. Por essa razão, os episódios lançados a partir de um clímax fazem extremo sucesso. Ademais, possuem arco narrativo que ao longo de vários episódios se estende. As séries americanas, por exemplo, são estruturadas de acordo com o objetivo da temporada anual.

No seriado, essa interligação também ocorre, só que de maneira bem menos profunda, principalmente nas primeiras temporadas; há uma continuidade bem menos percebida, sendo possível assistir a episódios aleatórios, soltos e ainda capturar a história. É o que Rodrigues (2014) sustenta, ao chamar essa estrutura nos seriados de “séries de especialistas”, em que apresentam um arco próprio com início, meio e fim em cada episódio, e que apesar de se exaurir a cada parte apresentada, ainda dá fôlego ao seriado, propiciando sua durabilidade.

Outra característica do seriado são os personagens recorrentes. Porém, por apresentar temas particulares em cada episódio, dispensa ao telespectador uma compreensão mais profunda da trama para a compreensão do episódio visto. Desse modo, enquanto há uma ligação maior entre os episódios na série televisiva, principalmente naqueles que pertencem a uma mesma temporada, no seriado isso não acontece da mesma maneira; é necessário apreciar o conteúdo por inteiro.

Sobre o artifício dos seriados, vale ressaltar que se diferencia daqueles utilizados em um romance publicado em folhetim, pois dentro desse gênero literário é necessário um entendimento maior dos acontecimentos, o que só é possível por meio da compreensão da distribuição dos episódios publicados no jornal, o que fazia até com que fosse comum a recapitulação do episódio publicado no jornal anterior, peculiaridade que mais se assemelha às séries televisivas, as quais fazem uso do *previously* (anteriormente) ou *nos episódios anteriores de...*

Portanto, a estrutura do romance-folhetim pode ser percebida na produção das séries televisivas. Ambos, mesmo com a distância entre séculos, possuem semelhanças em nível de conteúdo e estrutura, pois nasceram da inovação tecnológica e respondem às exigências mercadológicas.

2.3 O folhetim em tela

A inserção da série nos moldes televisivos aumentou tanto que se tornou uma das principais manifestações da contemporaneidade. Porém, assim como o romance-folhetim, a série também se caracteriza pela repetição de temas e redundância de certos diálogos em situações específicas durante sua narrativa. Vicent Colonna reitera isso quando fala sobre as séries televisivas:

A série de televisão repousa na repetição: retorno de personagens, de temas e de situações, redundância de diálogos e da banda sonora com a imagem, mas também de

mecanismos narrativos baseados na reiteração como o *gimmick* ou o *leitmotiv* [...] (COLONNA, 2010, p.36).

Para o autor, o *gimmick* (artifício) é um recurso tecnológico utilizado na série televisiva para atrair a atenção do público, disfarçando uma estrutura semântica, por vezes repetida. O *leitmotiv* (motivo condutor), por sua vez, consiste em um tema que reincide em aparecer no decorrer de uma obra com o objetivo de associá-lo a um personagem, um objeto ou uma ideia, algo que já era visto na publicação dos episódios dos romances-folhetim. Essa produção de repetição e reiteração realizada no gênero televisivo e no literário, portanto, só confirma a semelhança dos dois gêneros e como eles podem ser vistos como reflexo ou espelho das aspirações da sociedade.

Dentro o gênero ficcional, encontra-se o formato em série. Essa forma de contar histórias já existia antes com as narrativas epistolares da literatura, nos folhetins (publicados em jornais), no radiodrama ou radionovela, chegando, finalmente, aos seriados do cinema em 1913 (MACHADO, 2000, p. 112).

Dessa maneira, o formato televisivo produzido nas séries de TV é uma evolução do que acontecia nos folhetins e que se manteve no radiodrama e depois na radionovela, influenciando os seriados cinematográficos, agora em um formato mais moderno. Na veiculação *online*, as ficções em série se tornaram notáveis em comparação a outros tipos de programa, sendo que o seu formato se deu a partir da unidade televisiva. Mas, por ter havido essa mudança, a televisão levou em conta as novas produções, principalmente veiculadas aos *streamings* – isso se justifica muito pelo fato de as séries televisivas serem uma expressão de uma sociedade mercantilizada.

A escritora Sharon Marie Ross (2008, p. 6), ao discorrer sobre internet e televisão, aduz que “a experiência das pessoas em assistir e fazer televisão hoje é cada vez mais inseparável da teleparticipação (seja ela literal ou conceitual)”. De acordo com a autora, o que ela chama de teleparticipação é a atividade *online* de interagir com a TV, e ocorre mediante estratégias de convite do próprio programa em direção a seu público, seja por redes sociais (fã-clubes em *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*), seja pela própria exploração de *teasers*, imagens da pré-produção.

o crescimento dessa teleparticipação pode ser presenciado por meio da utilização de *fan service* que uma produção realiza para proporcionar ao fã essa experiência de co-autoria. O *fan service* surge na cultura japonesa, mais veementemente no universo dos animes e mangás,

e diz respeito ao elementos distribuídos em uma narrativa com a intenção específica de entreter o público.

O termo, hoje em dia, é usado em outros conteúdos. Sejam diálogos, personagens, formação de casais, tudo pode ser agregado com o objetivo unicamente de agradar os fãs. O *fan service* se enquadra como um grande exemplo de como o telespectador pode ter domínio sobre uma obra.

O crítico Jason Mittell (2015), nos estudos relacionados a cinema e mídia, ainda complementa que nas séries de TV é necessário levar em conta todo o aparato que cerca, seu contexto cultural, tecnológico e social. Ele diz que uma das chaves para complexificação de uma série televisiva é a administração do que é engajado pelos seus expectadores em sites e em redes sociais, o que contribui para saber a direção em que se deve conduzir a série.

Assim, a série, como o romance, trouxe novos paradigmas à televisão, podendo abarcar os mais diversos gêneros ficcionais. Nesse âmbito, nos dias atuais, recebem a mesma configuração, sendo, no cinema, direcionadas como obras específicas, endereçadas a determinados públicos, com suas próprias características e interesses de consumo.

A rigor, poder-se-ia dizer que cada enunciado concreto é uma singularidade que se apresenta de forma única, mas foi produzido dentro de uma certa esfera de intencionalidades, sob a égide de uma certa economia, com vistas a abarcar um certo campo de acontecimentos, atingir um certo segmento de telespectadores e assim por diante. Dessa maneira, malgrado único em sua ocorrência singular, ele ilustra ou espelha uma determinada possibilidade de utilização dos recursos expressivos da televisão, um certo conceito de televisão, e isso se expressa não apenas nos seus conteúdos verbais, figurativos, narrativos e temáticos, como também no modo de manejar os elementos dos códigos televisuais (MACHADO, 2000, p. 144).

Diferentemente do cinema, que já é um produto pronto e que mesmo com continuções tende a ter um produto com uma história mais fechada, a série televisiva pode sofrer alterações ao longo de sua produção, assim como o romance em folhetim sofreu.

De mais a mais, é importante esclarecer que uma série de televisão geralmente é dividida em temporadas, com duração média de 20 a 40 minutos por episódio e de 10 a 22 episódios, a depender do gênero. Sua durabilidade é mantida a partir de sua audiência. No que tange a seu conceito, Machado diz que:

Chamamos de serialidade a apresentação descontínua e fragmentada do sintagma televisual. No caso específico das formas narrativas, o enredo é geralmente estruturado sob a forma de capítulos ou episódios, cada um deles apresentado em dia ou horário diferente e subdividido, por sua vez, em blocos menores, separados uns dos outros por breaks para a entrada dos comerciais. Muito frequentemente, esses blocos incluem, no início, uma pequena contextualização do que estava acontecendo

antes e, no final, um gancho de tensão, que visa manter o interesse do espectador até o retorno da série depois do break ou no dia seguinte. (MACHADO, 2000, p. 83)

O gancho entre os episódios expande a participação do telespectador, bem como propaga sua curiosidade. É essencial que haja um artifício de apelo, por meio do qual o público seja instigado a querer assistir ao próximo episódio e até mesmo a terminar a temporada, a fim de receber todas as respostas esperadas. Uma estratégia das equipes de *streamings*, as quais já produzem suas próprias séries originais, é acompanhar o que fez sucesso e se aproveitar disso. Reed Hastings, CEO da *Netflix*, apontou em entrevista à Folha de São Paulo, em 2013, que a *Netflix*, desde sua fundação, acompanha a preferência de seu público, por meio do *download* de dados.

Ao retornar com *spin-offs* de séries antigas, como no caso do especial das séries *Gilmore Girls* (2000-2007) e *Gilmore Girls: um ano para recordar* (2016), ou na compra de séries canceladas, como *Designated Survivor* (2016-2018), a *Netflix* confirma haver resultado nesse acompanhamento. Na publicação de romance-folhetim, o mesmo acontecia. É possível perceber isso, por exemplo, por meio da produção de Alexandre Dumas, na época.

A sequência, intitulada *Vinte anos depois*, publicada de janeiro a agosto do ano seguinte, também recebeu grande número de vendas e fez com que a narrativa não parasse, fechando a trilogia de *Os três mosqueteiros* com *O Visconde de Bragelonne*, entre os anos de 1847 e 1850, com a colaboração de Auguste Maquet. O sucesso de uma série, assim como de um romance-folhetim e posteriormente de romances atuais, segue uma propagação de recepção e continuação: “Dumas descobre o essencial da técnica de folhetim: mergulha o leitor in media res⁵, diálogos vivos, personagens tipificados, e tem senso do corte de capítulo” (MEYER, 1996, p. 60).

Não é possível determinar uma separação entre romance e romance-folhetim, mas é preciso considerar que o primeiro não tem a fórmula do “continua amanhã” (MEYER, 1996, p. 60), tão presente no segundo. A técnica de entrelaçamento de um capítulo ao outro na obra, para que provocasse ansiedade no leitor de folhetins, ainda é presente no formato das séries televisivas e tem a mesma intenção mercadológica: prender o telespectador.

Cada episódio possui uma micronarrativa, independentemente da macro, mas importante para ela, que liga, em termos de conteúdo, um episódio a outro, algo também presente em cada publicação nos folhetins. O motivo condutor é outro bem específico dos dois

⁵ Latim para "no meio das coisas", consiste em uma técnica literária em que a narrativa começa no meio da história, em vez do início.

gêneros: pode ser um assassinato, um mistério, a chegada de uma nova personagem no ambiente, um drama familiar difícil de ser solucionado, entre outros.

Além disso, a questão da popularidade do gênero televisivo, assim como ocorreu com os romances-folhetins, faz com que, por conta da demanda de produção, os autores se utilizem de um conjunto de arquétipos já realizados e de sucesso. Ou seja, na construção de conteúdo, na transição de época, de identidade dos personagens, no tema de conversas, na postura e características do herói, já são perceptíveis determinados aspectos em comum quando se unem certos produtos prontos que fizeram sucesso.

Assim, na história do cinema e da televisão, é perceptível a estreita relação deles com a literatura, tornando-a diversas vezes base para roteiros adaptados. Tais adaptações serviram como um lucro garantido a indústria cinematográfica, em vista que muitas delas já tinham um público fiel. Das clássicas histórias, como as de Shakespeare, as mais recentes como *Harry Potter*, de J. K. Rowling ou *The Hunger Games*, de Suzanne Collins, o mundo da arte audiovisual se mostrou disposto a se alimentar do mundo literário.

Sobre as adaptações, dois pontos de vista são levados geralmente em consideração: o estético e o conteúdo. O primeiro é realçado nas diferenças que os dois gêneros convergem e divergem, podendo acarretar pequenas mudanças, como no caso da transposição dos livros de *The Hunger Games*.

Na saga literária, a protagonista Katniss Everdeen era a narradora, ou seja, a narração era em 1ª pessoa. Assim, os pensamentos da protagonista eram constantemente expostos na obra literária, porém para transpor isso na linguagem audiovisual, o recurso mais comum seria, talvez, o *voice over* (V.O), em que os pensamentos dos personagens são “postulados” em um contexto em que a fala não sai da boca, diretamente, dele e sim por meio de uma gravação feita anteriormente. Mas, isso não aconteceu na obra fílmica que foi produzida, em vez disso, os pensamentos da personagem foram evidenciados nas expressões e comportamentos da atriz que interpretou a Katniss, no caso, Jennifer Lawrence. Tal escolha feita pela equipe técnica poderia acarretar como uma falha, porém, a performance da atriz não deixou margem a críticas, o que culminou no sucesso da adaptação.

Segundo Adriano Lopes Gomes e Mirian Moema Filgueira Pinheiro, quando se trata da transposição:

Narrativas literárias e televisuais distinguem-se e, na maioria dos casos, contrastam-se. São sempre difíceis as transposições de uma para outra, pois as características intrínsecas do texto televisivo – originalidades, subjetividades, entrelinhas,

elaborações – não encontram a mesma expressão na narrativa televisual. (GOMES e PINHEIRO, p. 13, 2017)

Assim, em relação ao conteúdo, o que mais pode ser notado é a transposição sequencial de informações do livro para o filme/a série, e como os dois a explanam. Muitos elementos presentes na linguagem do cinema não são utilizados pela linguagem literária, tais como trilha sonora, fotografia, cor, movimentos de câmera, enquadramentos, a luz. Dessa forma, compete ao roteirista agrupar esses elementos de forma a ser “fiel” – ou não – a essência do texto.

Diferenças no processo de transposição da literatura para o meio televisivo são comuns em razão da divergência de gêneros, porém é possível determinar por meio de situações, personagens e outros recursos narrativos quando uma adaptação oferece atenção ao texto-base. Sobre isso, Naiara Araújo afirma que a transposição,

[...] acontece quando a estrutura narrativa da obra original é mantida na derivada. Assim, personagens, ações e situações do texto-base conservados em outro suporte indicam que houve adaptação. Se algo muito diferente do original acontece em obras geradas, há indício de que a narrativa tenha sido expandida. (ARAÚJO, 2011)

Nos dias de hoje, na cultura dos *streamings*, as adaptações ainda ocorrem em demasia. Para exemplo, temos séries como: *Shadowhunters* (2016) inspirada no universo dos livros da saga *The Mortal Instruments*, da autora Cassandra Claire; *The Witcher* (2019), que já possuía a adaptação como um jogo virtual da coleção de oito livros de mesmo nome, do escritor Andrzej Sapkowski; *Lupin* (2020), baseada no romance policial de Maurice Leblanc; *Bridgerton* (2020), adaptada da saga de bestseller que acompanha a família título da série, de Julia Quinn; ou mesmo a série brasileira de grande sucesso do livro homônimo de Ilana Casoy e Raphael Montes, *Bom dia, Verônica* (2020). Todas, obtendo elevada estatística de recepção, e consequentemente, de lucratividade para a produtora, a saber, *Netflix*.

Tal fundamento, ratifica que o diálogo existente entre a literatura e o cinema ou televisão está longe de terminar. Dessa forma, ao aproximar a série televisiva com a literatura, mais perto estaríamos dos estudos dos romances-folhetins. Assim, “a televisão apropriou-se da literatura no que tange à parte significativa de contar histórias, tornando-se, de início, uma fiel substituta do folhetim romântico” (GOMES, PINHEIRO, 2017).

Outra questão, se relaciona a passagem de tempo entre a obra literária e a produção televisiva, pois a sociedade que recebe a história também pode justificar as mudanças ocorridas no roteiro adaptado. Sendo assim, a televisão se mostra como uma “presença marcante na

contemporaneidade como artefato social e cultural.” (GOMES, PINHEIRO, 2017). Isso ocorre, visto que muitas vezes o que foi aceito em uma época, não é mais bem visto ao passar do tempo, e vice-versa, determinando que mudanças sejam necessárias e que conteúdos, antes não particularizados em obras, sejam inclusos, possuindo destaque. Ao mesmo tempo, informações podem ser retiradas, caso elas não possuam uma identidade segundo a base social estabelecida no seu contexto de lançamento. Levando sempre em consideração o receptor.

Tal afirmação valida a ideia de que a estrutura do romance-folhetim foi e ainda é base constante desde o início dos seriados e das séries televisivas. E essa questão ainda se torna mais crescente devido a importância que o receptor ganha na produção das obras televisivas, tal como recebia na publicação de folhetins, garantido que o processo de estruturação seja semelhante. Marcel Vieira Barreto Silva, diz que

[...] é no universo do digital, dentro e fora da rede, que se armam os alicerces dessa espectralidade hiperconectada, típica de uma cultura das séries, que podemos chamar de cibertelefilia. Isso significa que o interesse pelo universo das séries tem ampliado de modo considerável a oferta de material televisivo para além do que está sendo exibido sincronicamente, indo em direção a séries clássicas que agora podem ser revistas à luz dos interesses atuais. (SILVA, 2014, p. 247)

A cultura das séries, ou seja, sua forma narrativa já tão bem estabelecida, seu meio tecnológico que contribui para sua circulação e seu modo de consumo de participação, com grande influência da fórmula de sucesso do romance-folhetim, contribui para o que o autor chame de *cibertelefilia* e projete como uma cultura que ainda pretende ter longa durabilidade.

A partir das informações postuladas sobre a estrutura do romance-folhetim e sua influência sobre outros gêneros posteriores, mais especificamente a série televisiva, no próximo capítulo abordaremos como tal estrutura se manifesta nas séries de TV, sobretudo em *Game of Throne*.

3. A ESTRUTURA DO ROMANCE-FOLHETIM NA SÉRIE TELEVISIVA *GAME OF THRONES*

Este capítulo consiste em uma análise da série *Game of Thrones* (GOT), verificando a presença da estrutura do romance-folhetim em sua construção e consequente recepção. A série foi criada pela *Home Box Office* (HBO), subsidiária da *Warner Media*. A HBO foi fundada na década de 1970, no Estados Unidos, sendo um dos primeiros canais de assinatura a popularizar a cultura das séries.

Game of Thrones foi uma série de grande popularidade baseada no enredo dos livros de alta fantasia *As Crônicas de Gelo e Fogo* (1996-), de George R. R. Martin, produzida pela HBO em uma época em que o canal já era experiente em criar produções audiovisuais, tanto em narrativa fílmica, como televisiva. A série possuiu grande orçamento, alto nível de investimento midiático, teve oito temporadas e se encerrou em 2019.

Antes de escrever *As crônicas de Gelo e Fogo*, George R. R. Martin já era um autor experiente no mercado, reconhecido pelas obras *A Morte da Luz* (1977) e *The Armageddon Rag* (1983). Martin trabalhou em Hollywood como escritor e produtor de séries televisivas como *The New Twilight Zone* (1985-1989) e *Beauty and the Beast* (1987-1990), porém, seu *Magnum Opus* aconteceu com a publicação da obra literária *Game of Thrones*, em 1996, que logo se tornou a saga de fantasia mais vendida nas últimas décadas.

O universo criado por George R. R. Martin, ao ser adaptado para a narrativa serial, traz a complexidade da obra literária, a exemplo de seu visual medieval, seu entrelace familiar e político por múltiplos vieses e elementos fantásticos que dão um tom maior ao gênero de alta fantasia à qual a história pertence.

Cada um dos livros de *As Crônicas de Gelo e Fogo* integra um volume entre 600 a 1.000 páginas, aproximadamente. A saga literária se estabelece da seguinte forma: o primeiro livro, que deu origem também ao nome da série, foi *A Game of Thrones* (1996); o segundo, *A Clash of Kings* (1998), lançado em 1998 no Reino Unido; e o terceiro livro, *Storm of Swords* (2000). O quarto volume da série é intitulado *A Feast for Crows* (2005) e o quinto e último lançamento, até o momento, foi *A Dance with Dragons* (2011).

Junto com o último lançamento da saga, no Reino Unido, estreou a série televisiva. A narrativa da adaptação caminha com os livros até sua quinta temporada, pois o sexto livro da saga literária, ainda hoje, em 2022, é aguardado pelos fãs; seu lançamento era esperado em 2016, mas seu adiamento se tornou recorrente.

Como já exposto, a série televisiva possui oito temporadas finalizadas. Sendo assim, a sexta, a sétima e a oitava não tiveram seu roteiro adaptado dos livros, e tiveram apenas algumas interferências de George R.R. Martin no roteiro. Com isso, percebeu-se que as últimas temporadas receberam um impacto maior da opinião do público, pela liberdade que o roteiro teve, em razão da não existência de uma sequência dos livros. Mesmo dando alguns rumos ao roteirista de aonde a narrativa literária iria seguir, o próprio autor diz que a série escolheu seguir caminhos que, segundo ele, os livros, que serão ainda publicados, não seguirão.

A narrativa da obra literária e serial consiste em famílias e indivíduos competindo pelo Trono de Ferro dos Sete Reinos de Westeros. Como comum ao gênero, a série se passa em um mundo à parte, mas baseado culturalmente na Europa Medieval (SELLING 2004, YOUNG, 2010). O mundo ficcional da narrativa literária é formado por dois continentes: Westeros e Essos. O primeiro se divide em sete reinos, em que cada um tem a responsabilidade de cuidar da parte que lhe cabe, protegendo-o, sendo que esses sete reinos são subjugados ao Trono de Ferro, ou seja, ao rei ou à rainha que o detém e se estabelece na cidade de Porto Real, capital do continente. Westeros é um continente bastante tradicional, com grandes ideais conservadores e múltiplas crenças. George R. R. Martin, autor da saga, explicou que o tamanho dele equivale à extensão da América do Sul.

O segundo continente, Essos, é considerado mais liberal e com mais diversidade cultural. Nesse continente, há ricos comerciantes, aldeões ruais, tribos consideradas bárbaras e traficantes de escravos. Daenerys Targaryen está nesse continente e, durante a narrativa, viaja em busca de apoio para invadir o continente de Westeros e assumir o Trono de Ferro, o qual antes pertencera à sua família, os Targaryen.

A partir desse mundo, a série se apresenta em três arcos: o confronto entre as famílias dos Sete Reinos pelo Trono de Ferro; a possível invasão dos Caminhantes Brancos que estão além da muralha, já que o inverno está cada vez mais forte; e a luta de Daenerys para retornar a Westeros e tomar de volta o trono que pertencia à sua família.

É certo que, mesmo sendo um sucesso no mundo literário, *As Crônicas de Gelo e Fogo* cresceu fenomenalmente a partir de sua adaptação como série televisiva, o que gerou 160 nomeações e 47 EMMYS durante sua exibição, além de menções constantes em redes sociais e impactos em níveis transmidiáticos, tais como jogos, propagandas, brinquedos, *fanfics*, entre outros.

Ao se tornar um fenômeno, a série televisiva trouxe debates relacionados ao valor da obra literária da qual foi adaptada, devido ao crescimento de venda dos livros. Porém, mesmo

sendo vista como *best seller*, ao ser comparada com outros de mesma venda e popularidade no mercado, possui grande diferencial. Gonçalves Cardoso (2020), em sua tese, particulariza a seguinte questão: será que a saga *Crepúsculo* (2005-2008), de Stephenie Meyer, a série *Harry Potter* (1997-2007), de J.K. Rowling, e *As crônicas de gelo e fogo* (1996-), de George R.R. Martin devem ser analisadas com o mesmo *valor literário* por serem *best sellers*? Assim, Cardoso descreve um quadro compositivo das obras analisadas:

[...] a escrita e a complexidade da narrativa e das personagens de Rowling (Harry Potter), Martin (As Crônicas de Gelo e Fogo) e Meyer (Crepúsculo) são bem diferentes, sendo que a última saga, comparada às duas anteriores, é bem mais simples, de forma geral. A narrativa de Meyer é voltada para um público adolescente, em sua maioria do sexo feminino. Os temas abordados variam entre relacionamento amoroso juvenil, problemas familiares e seres sobrenaturais, como vampiros e lobos, os quais possuem diferenças a resolver. Já a saga literária de fantasia de Rowling, dirige-se a um público infantojuvenil (o que não quer dizer que não haja certa complexidade narrativa), de maneira que seus temas envolvem desde a amizade, amor, justiça, honra, dever, diferenças sociais, convivência e conflito em ambiente escolar e familiar até o enfrentamento de perigos próprios de uma dimensão paralela, na qual há magia, seres sobrenaturais e mitológicos. Já a saga de fantasia de Martin é direcionada a um público adulto e, portanto, inclui no seu corpo narrativo temas que, além de evidenciar a presença da magia, dos seres sobrenaturais e mitológicos, também se relacionam à busca pelo poder, violência, política, guerra, sexo, prostituição, preconceito, amor, amizade, honra, dever, justiça, injustiça, escravidão, diferenças sociais, relacionamentos familiares, etc. (CARDOSO, 2020, p.16)

Dessa forma, mesmo que a qualidade dos *best sellers* ainda possua uma neblina e seja geralmente colocada como o romance-folhetim no século XIX, sendo o seu valor literário questionado constantemente, é necessário pontuar que colocar todas as obras rentáveis num mesmo patamar de qualidade literária seria um extremismo.

Quando se fala de clássicos na literatura, tem-se a ligação representativa com uma época e as características do movimento ao qual a obra pertence, por isso, muitos clássicos da atualidade foram também os *best sellers* da época, a exemplo de *Os Miseráveis* (1862), de Victor Hugo, e *Memórias póstumas de Brás Cubas* (1880), de Machado de Assis – obras publicadas primeiramente em folhetins.

Além disso, a literatura, em sua essência, não deve ser compreendida apenas como um meio de entretenimento, visto que pode contribuir para o conhecimento de um mundo mais complexo, profundo e surpreendente. Como estabeleceu a Escola de Frankfurt, é notório que a mídia, dos jornais à televisão, contribui para a vendagem do que se entende como Indústria Cultural na literatura e em outras artes. Porém, a acessibilidade desses bens é mais efetivada. Umberto Eco, confirma isso, ao argumentar que:

[...] a televisão, o jornal, o rádio, o cinema e a estória em quadrinhos, o romance popular e o Reader's Digest agora colocam os bens culturais à disposição de todos, tornando leve e agradável a absorção de noções e a recepção de informações; estamos vivendo numa época de alargamento da área cultural, onde finalmente se realiza, a nível amplo, com o concurso dos melhores, a circulação de uma arte e de uma “cultura popular”. Para o integrado não existe o problema de essa cultura sair de baixo ou vir confeccionada de cima para consumidores indefesos. (ECO, 2011, p. 8-9).

Segundo Eco (1993), no que concerne à cultura de massa, dois posicionamentos sempre foram bem estabelecidos, os dos apocalípticos e dos integrados. Os apocalípticos seriam aqueles que entediam a cultura de massa como uma anticultura, um sinal de decadência, a exemplo do que postula a escola de Frankfurt. Os integrados já seriam aqueles em que viam essa cultura de massa como algo positivo, como alargamento da circulação de uma cultura popular sobre todas as classes sociais.

Dessa forma, para Eco (2011) é perceptível que mesmo que a mídia colabore para a popularidade desses bens, a ampliação da disponibilidade da questão cultural foi propiciada, o que permitiu que mais pessoas tivessem acesso a arte, tornando-a mais receptiva a todos, mesmo que ela possa ter sido produzida com um menor valor técnico e academicista.

A série televisiva *Game of Thrones* terminou em 2019, contudo seu impacto industrial e social no que concerne ao fandom está longe de acabar. No que diz respeito a força social que o a série propagou sobre a indústria, pode-se afirmar que por meio de uma convergência de diferentes meios de comunicação – algo bem comum a produtos da cultura de massa – a série ampliou o seu público.

Além disso, no que concerne à cultura de convergência, a indústria é ciente que o telespectador contribui para ampliação do universo da série. Dessa forma, com a ampliação por meio de diferentes mídias, o universo da série televisiva *Game of Thrones* se tornou bem maior. Por meio de teorias e discursões em redes sociais, vídeos no *Youtube*, sites temáticos, podcasts e outros meios, a escala de narrativa transmidia já foi estabelecida. Assim, através dessas ações, o telespectador se tornou participante do processo de produção do roteiro.

Um dos mecanismos dessa narrativa se compôs por meio de discussões e teorias postadas em plataformas digitais, na tentativa de prever se os ramos que a série televisiva seguiria seriam os mesmos dos livros. Segundo Ana Quadros, Luiz de Oliveira e Paulo Leal, vários temas possibilitaram esse crescimento.

Dentre os temas mais misteriosos estavam a solução para a guerra entre vivos e mortos e quem governaria os Sete Reinos de Westeros. Quem quisesse saber de tudo que estava acontecendo e compreender por completo o universo em que se passava a história precisava acompanhar os livros, a TV e a internet (tanto materiais de fãs que agregaram informações dessas duas mídias quanto materiais divulgados pela própria

HBO ajudavam a entender o que estava acontecendo, como o que estava escrito em cartas enviadas pelos personagens). (QUADROS, OLIVEIRA E LEAL, 2020, p. 139)

Dessa forma, a série se expandiu além dos livros e derrubou os muros da TV. Primeiro, chegou aos quadrinhos em 2011, com ilustração dos artistas Tommy Peterson e Daniel Abraham. Posteriormente, alcançou o mundo do RPG (role-playing game), fundamentado nas casas dos nobres de Westeros, e logo outro jogo surgiu intitulado *Game of Thrones: Gênese*, nele a origem da história que se desenrola nos romances e na série da HBO é contada. Além disso, o mundo estabelecido em *Game of Thrones* também serviu de modelo para jogos de tabuleiro, tendo uma versão do *War* e outra do *Monopoly*. O enredo da última temporada ainda serviu de base para o álbum *For The Throne*, lançado pela Columbia Records em 26 de abril de 2019. Todas as canções do disco descreviam o enredo decorrido da última temporada.

Finalmente, a HBO começou a trabalhar com a ideia de criar cinco possíveis *spin-offs* - história derivada de outra-, de *Game of Thrones*, um deles já está em fase de pós-produção, intitulado de *House of the Dragon*, e tem previsão de estreia para 2022. Nesse contexto, Marcelo Alves afirma que:

Game of Thrones, assim, se insere dentro do conceito de narrativa transmídia porque já foi e continua sendo expandido para além do descrito nos livros, indo para além do mero conceito de adaptação, uma vez que a série tomou liberdades que a descolaram em parte da história original publicada nos livros. (ALVES, 2016, p. 56)

Dessa forma, o engajamento do público se deu de forma continuada e fortaleceu o crescimento da série, evidenciando como ela se mostrou disposta a dialogar com o telespectador, tal como fazia os romances-folhetins, e em consequência a série *Game of Thrones* se estabeleceu de forma integrada ao sistema da indústria.

Em um mundo globalizado, e que possui um domínio da Indústria Cultural, mesmo em grandes produções artísticas em nível técnico, como no caso da obra televisiva *Game of Thrones*, a percepção da arte como cultura de massa será presente devido ao poder dado ao receptor. Portanto, para maior compreensão de como se deu esse fenômeno da cultura de massa em séries televisivas, este capítulo mostra como a estrutura e a recepção que foram estabelecidas com o romance-folhetim aparecem na série televisiva *Game of Thrones*.

3.1 Diálogo entre a obra literária e a série televisiva

No que tange a narrativa tanto da obra literária como da televisiva da saga *Game of Thrones*, percebe-se três prismas, são eles: o confronto entre as famílias dos Sete Reinos pelo

trono de Ferro; a possível invasão dos Caminhantes Brancos que estão além da muralha, já que o inverno está cada vez mais forte; e a luta de Daenerys para retornar a Westeros e tomar de volta o trono que pertencia à sua família.

Os acontecimentos da saga literária são relatados de forma polifônica, ou seja, pelo ponto de vista de vários personagens, os quais no decorrer dos livros, podem variar e seguir sequências diferentes. A narração é em terceira pessoa, incluindo os pensamentos do personagem em que o capítulo foca.

O tempo decorre de forma cronológica na obra literária, respeitando o tempo físico de forma linear, mas por meio do ponto de vista dos personagens. Há, às vezes, um retorno a um tempo psicológico, em o que se tem uma explicação de situações referentes ao personagem por meio do seu passado.

Ao ser adaptada e alcançando um grande retorno do público sobre o enredo da narrativa, a personalidade de alguns personagens sofreram alterações na série televisa. Este processo é semelhante ao fenômeno já percebido nos romances-folhetins, a força da opinião do público sobre a trama.

Martin-Bárbero (2000) assegura que há uma relação de mediação entre obra e receptor. Segundo ele, essa mediação “significava que entre estímulo e resposta há um espesso espaço de crenças, costumes, sonhos, medos, tudo o que configura a cultura cotidiana” (MARTIN-BÁRBERO, 2000, p.154). Dessa forma, a depender da resposta do público sobre os acontecimentos das narrativas, os rumos da história podem seguir se apoiando na opinião dele. Dessa forma, mudanças no enredo são comuns em adaptações.

Nesse sentido, no próximo tópico, será explanado como a série televisiva *Game of Thrones* (2011) realizou a transposição dos acontecimentos do livro, e quais modificações ocorreram por interferência do público.

3.1.1 Livro vs Série: construção da trama literária d’*As crônicas de gelo e fogo* para televisão

As modificações realizadas na adaptação literária para a série televisiva *Game of Thrones* se deram por meio de cortes, mudanças bruscas ou não tão expressivas no desenvolvimento. Uma alteração não tão expressiva se deu, por exemplo, com a escolha do nome para as criaturas chamadas de Os Outros (The Others, no idioma original), na obra literária, e na série são chamadas de Caminhantes Brancos (White Walkers, no idioma original).

Segundo os produtores da série, essa mudança ocorreu para impedir que houvesse uma confusão desnecessária na hora que os personagens falassem sobre os outros, já que “os outros” não possui apenas esse significado, sendo um termo genérico. Porém, aconteceram modificações que para os leitores da saga, ou para quem teve um contato mais profundo com a série televisiva, foram mais significativas.

Umas dessas alterações que pode ser citada aconteceu com a personagem de Sophie Turner, Sansa Stark. Sansa é a filha mais velha de Ned (Eddard) Stark, é irmã de Robb, Arya, Bran e Rickon Stark, e meia-irmã de Jon Snow. No primeiro livro, ela é uma garota que sonha com um casamento bonito e se torna, por vezes, arrogante e presunçosa quando algo atrapalha esse objetivo. Por ter uma visão inocente do mundo, ela faz julgamentos errados e constantemente percebe como seus erros afetam outras pessoas.

Só de pensar nisso sentia uma estranha agitação no peito, ainda que não pudessem se casar antes de se passarem anos e anos, Sansa ainda não conhecia realmente Joffrey, mas já estava apaixonada por ele. Era tudo como sonhara que seu príncipe poderia ser: alto, bonito e forte, com cabelos que pareciam ouro. Eram-lhe preciosas as oportunidades de passar algum tempo com ele, por poucas que fossem. (A GUERRA DOS TRONOS, p. 184)

Nesse trecho, Sansa está encantada com Joffrey e não percebe as maldades que ele faz ao seu redor. Porém, com as inclemências que recebe ao decorrer dos livros/temporadas, ela começa a mudar sua maneira de ver o mundo. Nos livros, Sansa começa a se mostrar mais perceptível e influente sobre suas vontades, tornando-se mais forte e resistente. Tais percepções acontecem quando a personagem está em Ninho de Águia, com Petyr Baelish, e é ele, inclusive, que a ensina algumas estratégias para sobreviver em um mundo de disputa.

Na série, todavia, ainda na quinta temporada (temporada que ainda possui uma base da literatura) ela seguiu outro caminho, e sua mudança se tornou mais amargurada que no livro. Esse nível de mudança ocorreu, pois, a personagem sofreu mais traumas na obra televisiva. Enquanto que nos livros, foi uma amiga de Sansa, fingindo ser a irmã dela, Arya, que foi obrigada a se casar com Ramsay Bolton, na série, a própria Sansa que assumiu esse papel.

Sobre essa mudança, os produtores, David Bennioff e D.B. Weiss, comentaram, em entrevista para a revista *Entertainment Weekly*, em 2015, que a força de Sansa deveria ser mais explorada, assim, essa ideia, entre eles, foi montada.

Nós realmente queríamos que Sansa desempenhasse um papel maior nesta temporada, Se permanecêssemos absolutamente fiéis ao livro, seria muito difícil. Havia uma

subtrama que amamos dos livros, mas que usava uma personagem que não estava na série.⁶

Dessa forma, em vez de escalar uma nova atriz, eles entregaram as cenas, a uma que já estava consolidada na série. Para mais, a maldade de Ramsay se sobressaiu para além dos livros. Assim, ao se casar com ele, um personagem cruel e sem humanidade, Sansa é estuprada em sua noite de núpcias. O ato ainda gerou críticas por parte dos fãs, a exemplo da norte-americana e senadora Claire McCaskill, que escreveu no Twitter: “Ok, eu terminei *Game of Thrones*. [...] cena de estupro nojenta e inaceitável. Foi uma jornada difícil que acabou de terminar⁷” (Twitter, 19 mai. 2015)

Figura 1 - Sansa Conversando com Cão de Caça. Episódio. 4 – Temporada 8.



Fonte: HBO

Três temporadas posteriores a do estupro, Sansa ainda fortifica, em um diálogo com Cão de Caça, que ela se tornou mais forte devido aos desastres ocorridos em sua vida, e que se não fosse por eles, ela não teria resistência e vigor, o que consolidou como um reforço a ideia de que o estupro pode ter trazido algo positivo a personagem. Essa fala, foi encarada como misógina -desprezo ou preconceito contra mulheres ou meninas-, e trouxe um parecer que a mudança da personagem se deu da pior maneira possível, além disso, a presença da cena ainda nem pode ser justificada, pois ela não se encontrava nos livros.

Contudo, mesmo que a cena do estupro não tenha sido estimada pela audiência à primeira vista, a mudança da personalidade de Sansa Stark, trouxe repercussões positivas. Antes, ela era compreendida como uma personagem maçante e dependente, porém com a trama

⁶ Tradução nossa. No original: We really wanted Sansa to play a major part this season. If we were going to stay absolutely faithful to the book, it was going to be very hard to do that. There was a subplot we loved from the books, but it used a character that's not in the show.

⁷ Tradução nossa. No original: Ok, I'm done Game of Thrones. Water Garden, stupid. Gratuitous rape scene disgusting and unacceptable. It was a rocky ride that just ended.

dramática que teve em torno de sua personagem, ela se mostrou inteligente e com uma visão além dos acontecimentos do presente, tornando-se uma das primeiras a perceber que Daenerys não seria uma boa rainha.

Nesse sentido, mesmo que o perpasso não tenha agradado a maior parte do público, a produção alcançou o que pretendia e ainda proporcionou que Sansa se torna-se Rainha do Norte e tivesse um suposto final feliz, algo bem incomum no enredo tanto dos livros, como da série.

Daenerys Targaryen, a mãe dos dragões, foi outra personagem que passou por mudanças no seu caráter, principalmente após a sexta temporada. Exilada junto ao seu irmão depois do seu pai, Aerys II Targaryen ser destronado e morto, ela perde o seu irmão e posteriormente seu primeiro marido. E em busca de obter de volta o Trono de Ferro, ela passa por muitas batalhas para conquistar um exército forte. Nesse contexto, muitos desses acontecimentos que foram construídos nos livros, são reproduzidos na televisão.

Até parte da oitava temporada, mesmo passando por diversos traumas desde a infância, a mãe dos dragões demonstra ser uma pessoa boa, solidária, forte e disposta a se tornar uma rainha justa e benevolente. Entretanto, suas cenas de gentileza e justiça, logo são trocadas por cenas que mostram uma mulher inclemente, matando inocentes de forma cruel e fria,

A mudança da personagem foi demonstrada principalmente no penúltimo episódio da série, quando após enfrentar o exército de Cersei Lannister e receber a desistência dele, ela resolveu destruir a cidade de Porto Real mesmo assim, e com o seu dragão, lançou fogo e matou milhares de inocentes. Após essa mudança, o seu destino se tornou fatídico, sendo assassinada por Jon Snow no último episódio da obra televisiva.

A personalidade forte de Daenerys foi destacada substancialmente nas duas últimas temporadas, o que fez com que muitos dos telespectadores, já esperassem o que aconteceu. Por isso, houve um paralelo de opiniões sobre seu destino, enquanto uns concordaram que seu desenvolvimento se deu de forma correta, outros acharam que a mudança do seu caráter foi brusca, e inverossímil a história explorada nos livros.

Em todo o processo de entrelaçamento da trama, inclusive de Sansa e Daenerys, Jon Snow foi uma figura central. Um dos mistérios rodeavam a vida do personagem, foi em torno da sua origem, pois apesar de ser considerado como filho bastardo de Ned Stark, há certa dúvida sobre o seu nascimento.

Na literatura ainda não se tem uma resposta, mas na série televisiva ela veio. Segundo o roteiro, Jon Snow, na verdade, é sobrinho de Ned, sendo filho da irmã desse com um Targaryen, nessas circunstâncias, o verdadeiro nome de Jon é Aegon Targaryen. No que tange

esse verídico, os fãs da série televisiva já especulavam que Jon era um Targaryen, o que poderia ter sido um veredito para o enredo da série escolher ir nessa direção.

Em oposição a esse roteiro, os livros exploraram um personagem chamado Griff, que foi salvo por Varys, o eunuco, ainda criança, e esse personagem seria de fato Aegon Targaryen. O trecho a seguir do quinto livro, confirma essa tese.

A voz do eunuco pareceu mais profunda. – Ele está aqui. Aegon tem sido moldado para governar desde antes que pudesse andar. Foi treinado em armas com convên a um cavaleiro, mas esse não foi o fim da sua educação. Ele lê e escreve, fala diversas línguas, estudou história, leis e poesia. Uma septã o instruiu nos mistérios da Fé desde que teve idade suficiente para entender. Viveu com pescadores, trabalhou com as próprias mãos, nadou em rios, remendou redes e aprendeu a lavar as próprias roupas na necessidade. Ele consegue cozinhar, pescar e curar uma ferida, sabe como é sentir fome, ser caçado, sentir medo. Tommem tem sido ensinado que a realeza é o direito dele. Aegon sabe que a realeza é seu dever, que um rei deve colocar seu povo em primeiro lugar e viver e governar para eles. (A DANÇA DOS DRAGÕES, p.811)

Algumas teorias, a maioria feita pelos fãs dos livros dizem que Griff não seria verdadeiramente Targaryen, mas sem a publicação dos livros, essa premissa é incerta. Dessa maneira, as duas narrativas, livro e série, seguem linhas diferentes, não sabendo se o livro confirmará futuramente se Jon Snow é um Targaryen, e/ou se Griff não é. Porém a série decidiu seguir o caminho de colocar Jon como Aegon Targaryen e nem sequer mencionou a existência de Griff. Em relação a essa escolha, Eco (1994) compara o texto à imagem de um bosque.

Um bosque é um jardim de caminhos que se bifurcam. Mesmo quando não existem num bosque trilhas bem definidas, todos podem traçar sua própria trilha, decidindo ir para a esquerda ou para a direita de determinada árvore e, a cada árvore que encontrar, optando por esta ou aquela direção. (ECO, 1994, p. 12)

Assim, a série televisiva seguiu o mesmo caminho que o público predisse. Confirmando, o que o próprio Eco diz, quando particulariza a incompletude de um texto, o comparando como uma máquina preguiçosa que pede ao leitor para fazer parte do seu trabalho. No que se trata de séries televisivas, as produções televisivas geralmente optam pelo caminho que o receptor deseja.

Outra questão que ainda circunda, é sobre o destino de Jon Snow nos livros, pois o quinto livro termina com o personagem recebendo um ataque de seus companheiros da Patrulha da Noite. No livro, ele perde a consciência por conta das facadas que recebe e cai no chão de neve.

Jon caiu de joelhos. Pegou a adaga pelo cabo e a arrancou. No ar frio da noite, a ferida soltava fumaças. – Fantasma – sussurrou. A dor tomou conta dele. Espete neles a ponta aguçada. Quando a terceira adaga o atingiu entre as omoplatas, ele deu um grunhido e caiu com o rosto na neve. Nunca sentiu a quarta faca. Apenas o frio. (A DANÇA DOS DRAGÕES, p.751)

Na série televisiva, Jon Snow passa pelo mesmo destino, no entanto sem possuir o roteiro fundamentado nos livros, a sexta temporada traz o retorno de Jon, ao ser ressuscitado por Melisandre, sacerdotisa do deus vermelho R'hllor, que limpa seu corpo e reproduz um encantamento, trazendo-o de volta da morte.

Figura 2 - Jon Snow ressuscitando – Episódio 1 – Temporada 8



Fonte: HBO

Dessa forma, no desenvolvimento, a série já autônoma, no caso, sem a existência do texto literário como base, seguiu sua própria trilha decidindo como se deu o retorno de Jon Snow. Mas, nessa perspectiva, a escolha de como aconteceria o retorno de Jon a vida, deveria fazer sentido dentro dos moldes já revelados na série. Sobre isso, Carol do Espírito Santo Ferreira (2007) diz que

(...) a comunicação de um texto com a recepção só se faz possível porque aquilo que ele oferece é, em alguma medida, mínima que seja, familiar ao leitor. O receptor não poderia tomar conhecimento da novidade que a leitura de um texto proporciona se não fosse pelos moldes daquilo que já lhe é, de alguma forma, habitual (FERREIRA, 2007, p. 46)

Assim, Melisandre foi a personagem que realizou tal feito, o que fez sentido no universo da obra televisiva. Outras modificações ocorreram na adaptação, entretanto sendo positiva ou negativa, a resposta do público continuou constante e favoreceu o crescimento. Logo, *Game of Thrones* tornou-se a série mais popular já produzida pela HBO.

No próximo subtópico, serão discutidos dois elementos que reforçam como se deu a popularidade e manutenção da estabilidade do sucesso da adaptação televisiva d'*As crônicas de Gelo e Fogo*.

3.1.2 O apelo ao público: erotização e violência na série televisiva *Game of Thrones*

Na primeira temporada, um dos arcos foi com destaque ao personagem Ned Stark. Ned, ao sair de sua casa no Norte, em Winterfell, e ir para Porto Real aceitando ser a Mão do Rei, esteve em busca de respostas sobre o que culminou na morte do antecessor do cargo que assumiu. Ao passo que investigou, ele descobre que todos os três filhos de Robert, o rei, com a rainha Cersei foram gerados a partir de relações sexuais desta com seu irmão gêmeo, Jaime.

No livro, o leitor acompanha as descobertas de Ned pela perspectiva do próprio e por meio do ponto de vista de alguns outros personagens. Na adaptação televisiva, para contribuir de forma mais cristalina com a recepção por parte do telespectador, há a adição de monólogos e recapitulações de detalhes já explorados em cenas anteriores, corroborando com os fundamentos da teoria da recepção, conforme comenta Carla Huppés,

Apartes, monólogos e confidências contam-se entre os recursos mais relevantes na carteira de convenções do melodrama. São incorporados ao texto com finalidades bem específicas. Servem a fins narrativos, recapitulando fatos e ações; também se prestam para desvendar sentimentos. Têm função tão importante como variada. Semelhantemente ao coro da tragédia grega, esses recursos favorecem a compreensão por parte da plateia, além de representar uma alternativa de comunicação que se superpõe ao diálogo entabulado pelas personagens em cena. (HUPPES, 2000, p. 74).

Dessa maneira, na adaptação, explorando a repetição, há um retorno de situações e novos diálogos sobre o panorama de personagens que não possuem o ponto de vista explorado nos livros. Foi o caso de Petyr Baelish, chamado muitas vezes de Mindinho (do inglês, *Littlefinger*), dono de diversos bordeis, onde ele colhe informações, que manipula e influencia vários acontecimentos, incluindo a morte de Ned Stark.

No livro, as intenções de Mindinho são menos expostas, porém na série, elas são expostas nos diálogos realizados em seu bordel. Esses diálogos contribuem para deixar o telespectador mais informado sobre os desenlaces da história, repousando na repetição. Tal elemento, como já supracitado em outro capítulo, foi muito utilizada na publicação dos romances em folhetim, pois contribuía para que o leitor não se perdesse na história, e se já pegasse o trem andando, ou seja, a série já em andamento, poderia entender.

Outra demanda pertinente sobre o fato desses diálogos terem sido efetuados no bordel de Baelish foi o favorecimento de uma das questões que mais se destacam na série televisiva, o seu grande apelo sexual. Muitas cenas de sexo, principalmente nas duas primeiras temporadas são executadas no bordel de Baelish. É indubitável que na obra literária há a presença do erotismo, mas na adaptação televisiva, cenas dessa magnitude foram bem mais exploradas.

Figura 3 - Midinho em seu bordel – Episódio 06 - Temporada 2.



Fonte: HBO

Assim, diálogos com o sexo de plano de fundo foram constantemente explorados. Cenas tais como de: nudez, sexo heterossexual, homossexual ou orgias. Sobre isso, a série, inclusive, foi alvo de crítica de alguns especialistas, como a de Myles McNott, que deu o termo de *sexposition* para cenas que tinham um alto teor sexual por trás de diálogos ou como forma de explicação de motivações de personagens, algo comum na série.

Outra questão que teve destaque na obra televisiva, e que era recorrente nos romances-folhetins, foi o contexto social não só da base do universo literário, mas ligado a sociedade vigente. A exemplo, a maior exploração da homossexualidade de Renly e Loras. Nos livros, esse fator não é explorado a fundo, porém, na série os personagens, principalmente Loras, foram comprimidos a orientação sexual. Zanneti afirma que

É possível perceber, através dessa perspectiva de investigação de obras ficcionais, o quanto o contexto sócio-histórico interfere na formação de um gênero narrativo e como este é capaz de abarcar a totalidade de uma determinada visão de mundo e de reproduzi-la ad infinitum. Permanece no modo de contar histórias, de produzir narrativas, uma estrutura profunda na qual persevera certa lógica social ideologicamente bem marcada. Essa reprodução é possível graças aos artifícios gerados pela combinação repetição/inação, pois, como afirma Eco, o romance popular já nasce como instrumento de entretenimento de massa. (ZANNETI, 2009, p. 27)

O constante retorno a orientação sexual de Loras, principalmente porque o roteiro envolveu o personagem majoritariamente apenas nessa pauta, colocando-o em cenas que

serviam apenas para demonstrar sua orientação sexual, trouxe ainda algo a mais, inexistente nos livros, a perseguição da fé aos homossexuais. Essa perseguição, porém, aparentou surgir apenas para causar uma comoção do espectador por um personagem que, nos livros, não teve sua orientação sexual como protagonista da sua história. Assim, outras características do personagem não foram exploradas, o que o tornou caricato.

Dessa forma, muitas cenas envolvendo erotismo foram inseridas, maiormente nas três primeiras temporadas, possivelmente para aproximar o público que aprecia esse tipo de conteúdo. Sobre essa inclusão, Luiz Fernando M. Pinto assegura que

Em determinados momentos a televisão pode ser boa, educativa, hilária, informativa, perspicaz, mas em outros pode estar submissa aos interesses, acima referidos, dos executivos das redes que defendem acirradamente as suas posições, assentadas no argumento ambíguo de que a mídia oferece ao público aquilo que ele deseja: sexo e violência. (PINTO, 1995, pg 9)

Ademais, além de muitas cenas de sexo terem sido efetuadas na série televisiva *Game of Thrones* sem possuírem ligação estrita com a obra literária, algumas foram produzidas junto a violência. Uma delas acontece no primeiro episódio da primeira temporada, quando Daenerys Targaryen casa com Khal Drogo. No livro, a primeira relação sexual entre eles é consentida e é consequência de uma sedução.

Um pouco mais tarde, começou a tocá-la. A princípio ligeiramente, depois com mais força. Ela sentia o feroz poder de suas mãos, mas ele nunca chegou a machucá-la. Segurou uma mão na dele e afagou-lhe os dedos um a um. Correu-lhe a mão suavemente pela perna. Afagou-lhe o rosto, delineando a curva de suas orelhas, percorrendo-lhe a boca gentilmente com o dedo. Tomou--lhe os cabelos com ambas as mãos e os penteou com os dedos. Virou-a de costas, massageou-lhe os ombros, deslizou o nó do dedo ao longo da coluna. (A GUERRA DOS TRONOS, p.143)

Na adaptação televisiva não ocorreu da mesma forma. Na cena, Drogo pega Daenerys de forma bruta, a despindo de forma atroz, e colocando-a de joelhos, nisso tudo há apenas o pavor e o choro da personagem. Segundo os criadores, David Benioff e D. B. Weiss, essa mudança ocorreu, pois para eles não fazia sentido um guerreiro rude casar com uma jovem e a noite de núpcias ser prazerosa.

Figura 4 - Drogo e Daenerys na noite de núpcias. Episódio 1 - Temporada 1.



Fonte: HBO

Além disso, segundo eles, já que no livro havia cenas posteriores em que Drogo forçava relações sexuais com Daenerys, essa alteração não afetaria o desenvolvimento do relacionamento entre os dois.

Outra cena que a violência sexual foi destacada ocorreu com Sansa Stark, que perdeu a virgindade ao ser estuprada por Ramsay, no dia do seu casamento. Cena que além de explorar um enredo que não há nos livros, o explora pelo ponto de vista de Theon Greyjoy, que foi castrado por Ramsey, e que é obrigado a visualizar o estupro.

Figura 5 - Greyjoy assistindo ao estupro – Episódio 8 – Temporada 5



Fonte: HBO

Assim, toda cena é dirigida pelas feições de Greyjoy na câmera, tirando protagonismo da vítima, no caso, Sansa. Análoga a essa, uma cena em que a série mais uma vez quis demonstrar mais violência do que era evidente nos foi no massacre conhecido como “Casamento vermelho”, o qual Robb Stark, Rei do Norte e do Tridente, sua esposa grávida Talisa Stark, que

no livro se chama Jane, a mãe dele, Catelyn Stark, e cerca de três mil e quinhentos vassalos da Casa Stark foram chacinados.

Figura 6 - Morte de Talisa Stark – Episódio 9 – Temporada 3



Fonte: HBO

. Nos livros, a esposa de Robb não está grávida e não comparece ao casamento. Contudo, na televisão, uma das primeiras mortes dessa chacina é a dela, recebendo várias facadas na barriga, o que evidenciou ainda mais a maldade do ato. Dessa forma, a violência foi constantemente explorada na série, como meio de chocar o público e, de certa forma, atraí-lo para o que poderia ocorrer posteriormente.

Logo, esses dois fatores: sexo e violência, foram desenvolvidos constantemente na série televisiva *Game of Thrones*, sendo explorados com muita autenticidade. Em algumas cenas, eles eram plano de fundo para retratar e explicar como eram as regras do jogo para os telespectadores, em outras, contribuíram para chocar o público e consequentemente o manter preso a trama.

No subtópico seguinte, explorar-se-á como o público, além de ser atraído pela série, também fez parte de mudanças ou ajustes na história de alguns personagens.

3.1.3 *Fan service*: O controle do público e a idealização romântica em *Game of Thrones*

A expressão *fan service* vem da tradução do inglês que significa “serviço para os fãs”. Ela pode ser definida como adição de cenas, situações, ou elementos em narrativas cinematográficas ou televisivas, e o seu principal propósito é agradar ao público fiel de

determinada obra. Assim, um casal que fica junto no final, uma luta que não era esperada, um diálogo que antes não era pensado, ou seja, tudo que pode ter sido sugerido pelo público, e foi colocado com o intuito de agradá-lo pode ser considerado *fan service*.

Segundo Marcelle Belfor, duas demandas podem ser cumpridas quando há o *fan service*.

1) se estabelece a imagem do fã como aquele que tem um vasto conhecimento sobre o universo narrativo; 2) Em resposta às diversas simplificações e fórmulas que se mantêm, para que seja possível atingir ao público geral, as referências fragmentadas servem como *fan service*, atendendo à audiência mais assídua. Dessa forma, uma mesma obra pode proporcionar experiências que atendem a públicos distintos (BELFOR, 2020, p. 145).

O termo teve origem na década de 1970, pelo Fandom Ocidental de Mangá Japonês, com o intuito de explorar como animes e mangás conseguiam fidelizar o seu público por meio de elementos narrativos que os fãs queriam ver, dessa forma, muitas cenas eram adicionadas a tramas para atender o desejo do público.

Logo a expressão chegou aos filmes e programas televisivos, e as demais narrativas. Entretanto, apesar da origem do termo ser dessa época, como já discutido nesse trabalho, a importância da recepção e o controle da obra por meio do gosto do público já eram encontrados na publicação de romances folhetins. No contexto contemporâneo, esse recurso já é utilizado constantemente em novelas, séries televisivas, e sequências de filmes e livros. Assim, esse serviço é ideal para manter a audiência. Com o avanço das redes sociais, ele foi ampliado e a voz dos fãs, hoje em dia, pode ser facilmente ouvida.

A prática da inserção desses elementos não possui um limite, mas podem repercutir muito no grau de crítica sobre autoria da obra, entretanto, quase sempre, essa crítica estará fundamenta no que concerne a qualidade de produção. Ou seja, uma cena com esse alvo, se for mal desenvolvida, pode ser considerada “forçada” e desnecessária. Além disso, uma reflexão sobre o termo reincidente sobre o quão a autoria é proposta por conta da cultura de massa, visto que uma história é capaz de seguir a opinião do público em vez dos desígnios já escritos pelo criador.

Sobre a série televisiva em análise nesse texto, *Game of Thrones*, o *fan service* foi adicionado principalmente a partir da sexta temporada, quando a trama deixa de ter os livros como base concreta para o enredo. Dessa forma, os elementos mais costurados a narrativa seriática foi em relação ao elo romântico. Segundo Maria Thereza Toledo,

Nessa dinâmica, o amor, como tema central da felicidade moderna, é presença obrigatória na propaganda e, especialmente, nas produções da indústria da cultura. O

encontro da “alma gêmea” é veiculado de forma maciça como a solução para todos os males, e como o meio de acesso à singularização e à felicidade. (TOLEDO, 2013, p. 208)

A construção do amor romântico nunca foi um dos focos nos livros de George R.R. Martin, inclusive em entrevistas o autor já deixou claro que não costuma escrever histórias românticas. Para ele, protagonistas se apaixonando à primeira vista seria clichê demais. Entretanto, a relação romântica foi base para a produção de folhetins e ainda é marcada nas séries televisivas.

O romance popular não inventa situações narrativas originais, mas combina um repertório de situações «tópicas» já reconhecidas, aceitas, amadas por seu público [...] pedem ao romance popular (que é um instrumento de divertimento e evasão) não tanto que lhes proponha novas experiências formais ou subversões dramáticas e problemáticas dos sistemas de valores vigentes, mas exatamente o contrário: que reforce os sistemas de expectativa integrados na cultura vigente e com elas conformes (ECO, 1991, p. 81).

Na sociedade vigente, a ideia de um amor idealizado já não impulsiona as relações amorosas como era nos folhetins outrora produzido. De certo, o amor romântico de hoje é confeccionado pela liberdade sexual, posta desde da década de 1960. Assim, apresenta uma ideia mais ligada a satisfação dos próprios prazeres.

Porém, mesmo com essa ideia latente, o amor romântico ainda se encontra no ideal de centro da felicidade humana e consequentemente atrai o público. Maria Toledo confirma isso quando diz que:

A felicidade prometida pelo ideal de amor romântico atual ainda reside especificamente no encontro da “outra metade” e na experiência de êxtase do apaixonamento. O modelo vigente de amar conserva a ideia de que o amor é o centro da felicidade e mantém o sonho de viver uma relação de completude. (TOLEDO, 2013, p. 210)

Em *Game of Thrones*, essa ideia é concretizada quando dois personagens que se destacam na trama que o público tinha grandes expectativas sobre o encontro, são eles, a Rainha dos Dragões, Daenerys Targaryen e do Rei do Norte, na época, Jon Snow. Apesar do relacionamento ter sido muito questionado, para os produtores da série era algo inelutável. E assim ocorreu.

Nesse contexto, um dos *fan services* – elementos supérfluos à história principal, mas incluídos para divertir, entreter ou atrair a audiência – mais comuns é uma relação amorosa dentro do enredo de uma história. Em *Game of Thrones*, a espera do encontro entre Jon e Daenerys foi longa para os fãs, mas quando os dois se entregam ao amor no mesmo momento em que Bran relata para Samwell Tarly que Jon não é filho de Ned Stark, e sim de Rhaegar

Targaryen com Lyanna Stark, o tornando herdeiro legítimo do Trono de Ferro e sobrinho de Daenerys, mostrou uma das características que o público mais gosta, e marca do romantismo, o amor e o tormento – que deu muito engajamento para a série, visto que os fãs já esperavam por isso.

Figura 7 - Daenerys e Jon Snow em um encontro romântico - Episódio 5 - Temporada 8



Fonte: HBO

Antes do vínculo acontecer, o público já demandava a união dos dois na trama, e mesmo após os telespectadores confirmarem que Jon realmente era sobrinho da rainha Targaryen, o relacionamento entre os dois ainda seguiu e rendeu muitos momentos de paixão na tela. Outra relação romântica que foi muito esperada desenrolou-se entre Brienne e Jaime Lannister. Brienne já aparentava nutrir sentimentos por ele desde a segunda temporada e, no quarto episódio da oitava temporada, o público teve o que já esperava há tempos, uma noite deles dois juntos. A história de Brienne e Jaime inicia no segundo livro da obra e na segunda temporada da série, quando Brienne, fiel a Catelyn Stark, recebe a tarefa de escoltá-lo até Porto Real, forçando Jaime a prometer trocar sua liberdade por Sansa e Arya, filhas de Catelyn. Porém, a tarefa não ocorre com êxito e os dois acabam sendo capturados por soldados da casa Bolton. Nesse ínterim, Jaime impede que Brienne seja estuprada, mas a deixa lá quando consegue ser liberto, prometendo que cumpriria o trato.

Figura 8 - Brienne e Jaime no quarto dela. - Episódio 4 - Temporada 8

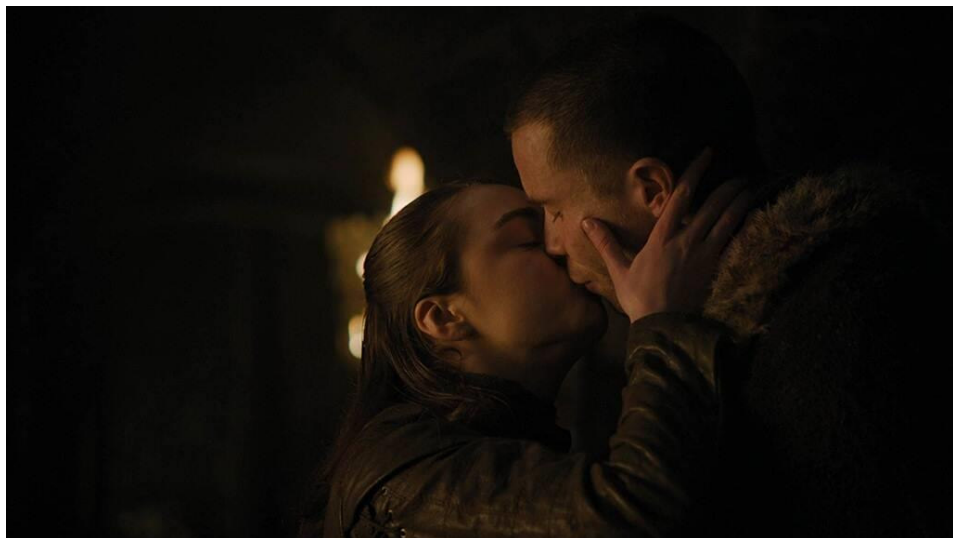


Fonte: HBO

Poucos reencontros depois acontecem, mas é na oitava temporada que os dois se encontram, e após um banquete, Brienne em uma roda de conversa é questionada sobre sua virgindade e se retira da mesa, porém Jaime a segue e no quarto dela, ele tira a virgindade da guerreira.

Outra relação que desde a 1ª temporada já proporcionava comentários na internet foi entre Arya e Gendry. Os dois experienciaram aventuras juntos na adolescência, e finalmente se reencontram na última temporada mostrando que tinham afeição um pelo outro, e o momento que Arya impetuosamente sugere passar a noite com Gendry, o beijando, se tornou uma das cenas mais comentadas na internet em toda a história da série.

Figura 9 - Arya e Gendry se beijando pela primeira vez - Episódio 2 – Temporada 8



Fonte: HBO

Essa construção de romances em *Game of Thrones* agradou ao público e, ao mesmo tempo, repercutiu por meio de comentários na internet, trazendo popularidade para série televisiva. Assim, a construção desses relacionamentos demonstra que o público ainda espera o amor romântico em tela, e mesmo séries em que o foco não é esse, como no caso de *Game of Thrones*, esse desejo ainda pode ser realizado.

Sobre o poder do público em séries televisas, no próximo tópico, explorar-se-á, a partir da recepção, como o público interagiu com a série *Game of Thrones*, assim, colocando a série em caminhos que o livro não andou.

3.2 O poder do *fandom*: *Game of Thrones* e recepção

Como visto anteriormente, um dos pilares da série televisiva pode ser encontrado no mesmo expoente do romance-folhetim: o público. Como já explorado, por meio dos estudos da estética da recepção, o receptor foi a chave do sucesso folhetinesco e hoje continua sendo para o telespectador televisivo.

Na produção de uma série, há uma gestão própria para a troca entre fãs e canais/*streamings*, os quais se utilizam de comunidades virtuais para garantir a constância de informações, que servem como novas experiências para os públicos, altamente participativos, incluindo produções de *fanfictions*, *fanarts* e até mesmo *fan trailer*, o que é conhecido como *fan labor*, ou seja, trabalho do fã, e tudo de forma gratuita. Essas informações são essenciais para a continuação da produção de muitas séries, servindo muitas vezes como base para saber qual caminho seguir.

Marcel Silva (2012) estabelece três prerrogativas que consistem nessa cultura: a primeira é o desenvolvimento de novos modelos narrativos que vão se ajustando ao público, mas que ainda é referente a uma reconfiguração de modelos narrativos antigos. Essa primeira postulação pode ser percebida na base folhetinesca que a série possui em sua estrutura. A segunda prerrogativa se dá a partir do contexto tecnológico construído na internet, que é responsável pela circulação e distribuição de tudo aquilo que se refere ao produto. E por último, a terceira, são as novas formas de consumo que contribuem para uma dimensão de engajamento e estratégias dos fãs de forma desmedida.

Para mais, é importante ressaltar que a série televisiva *Game of Thrones* se constrói com base no modelo folhetinesco, mas a partir da circulação e distribuição via internet. Assim,

muitas informações e produtos sobre essa famosa série são facilmente encontrados em contas no *Twitter*, páginas no *Instagram*, *hashtags* no *TikTok* – mais de 1 bilhão de visualizações –, diversos vídeos disponíveis no *Youtube* e muitas outras referências em *blogs* e sites jornalísticos.

A expansão significativa do universo fora da série também acontece com a ajuda dos fãs. Segundo Ana Paula Bandeira (2009), há diferença entre o fã e o consumidor normal, pois, ao contrário deste, “há um comprometimento quando se passa a ser fã e, como muitos deles afirmam, a diferença está na intensidade de seu envolvimento intelectual e emocional”. Assim, os fãs começam a ter uma cultura participativa e as mídias digitais alteram o consumo e a produção de conteúdo midiáticos.

Mas, como acontece essa participação? Henry Jenkins (2008), um dos mais influentes críticos sobre mídia e comunicação, diz que “a expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação” (JENKINS, 2008, p. 30). Jenkins ainda sinaliza que os fãs insistem em participar diretamente do que recebem, decidindo aceitar ou não o que o é dado.

Os fãs, por meio de *sites*, como *Spirit* e *Wattpad*, são os responsáveis pela produção de mais de 500 *fanfics* sobre a série televisiva – esse número apenas em língua portuguesa. A mais popular no *wattpad*, com mais de 21 mil visualizações, *Queen of Westeros*, escrita pela usuária liviagot, narra uma história à parte com uma suposta filha dos personagens Robert Baratheon e Cersei Lannister, Joanna. Porém, essa personagem nunca existiu nos livros ou na série televisiva.

Além disso, no *twitter* é possível ver interações dos fãs em tempo real, as quais são relacionadas a algum tema ou a suas opiniões sobre o que acontecia em certos episódios. Numa pesquisa sobre “casamento sangrento Got”, um episódio que marcou a série no final da terceira temporada, foram encontrados *tweets* como: “Acabei de ver a cena do casamento sangrento em GoT... eu não tô bem. Alguém me dá um copo d’água, por favor.”, de @tiburthinothami, em 2015; e “Hoje eu vi o ep do casamento sangrento de GOT e estou impactadíssima PORQUE TODO MUNDO QUE EU GOSTO TEM QUE MORRER NESSA SÉRIE?”, de @dadalanchesltda, em 2018.

Houve muitos *tweets* também sobre o final da série, que, para os fãs, foi muito controverso, principalmente em razão da morte de Daenerys, uma das protagonistas da série. Os *tweets* publicados em 19 de maio de 2019, na estreia do último episódio sobre a morte da personagem, foram no sentido de apoiar o desfecho da obra: “como a daenerys já morreu

mesmo. eu tô satisfeita #GameOfThronesFinale”, de @silvamarialu_; “pelo menos a daenerys morreu estou feliz”, de @ynphria; ou de insatisfação: “já que Daenerys morreu essa temporada morreu junto com ela #GameOfThronesFinale”, de @nandabarbosa_, “#GameOfThronesFinale A Daenerys entra numa fogueira e faz nascer 3 dragões, sobreviveu a uma porrada de coisas, conquistou cidades e exércitos. Foi pegar o trono em Westeros, chegou lá, deu uns beijinhos no bastardo, enlouqueceu e morreu. Fim..... Que **** é essa hbo?”, de @hallhanser.

Jenkins (2008) postula que o fã é a parte mais ativa do público de mídias. Assim, muito do que é exposto nas redes sociais pode ser observado como uma opinião referente à recepção dos fãs com a narrativa proposta. Para crescer a comunicação entre fãs, há então o surgimento dos *fandons*⁸, que estão em constante atividade de participação, principalmente no que tange à cultura de massa, como venda de produtos e formação de transmídia do conteúdo.

Considerando a definição do Cornel Sandvoss (2013) sobre fandom como “o consumo regular e emocionalmente envolvido de um determinado produto popular de narrativa ou texto”, é possível constatar que *Game of Thrones* gerou grande repercussão – de aplicação de tatuagens e montagem de festas de aniversário com o tema a encontros para discussão sobre a trama.

Dessa forma, a indústria cultural é propensa a olhar mais para esse grupo fã e à maneira como ele se comunica, produzindo, assim, chaves para a compreensão de como o receptor absorveu as ideias e para qual caminho ele quer que a narrativa siga. Pela facilidade de informações e de comunicação, as redes sociais dão muita voz a essas pessoas. Anne Jamison, em seu artigo sobre como a *fanfiction*⁹ está dominando o mundo, pontua:

Ficou cada vez mais comum assistir a um programa e depois entrar online para ver o que todo mundo estava escrevendo sobre ele – ou contra, ou nele, ou ao redor. Shippers escreviam as cenas que achavam que deveriam ter acontecido, feministas escreviam as cenas que sentiam que elas teriam feito, teóricos da conspiração escreviam os enredos que sentiam que o programa pode ter sido impedido de escrever, e por aí vai. Arquivos ajudavam os leitores a encontrar estas histórias, e os fóruns ajudavam todo mundo a discutir sobre tudo isso. (JAMISON, 2017, p.129)

A partir disso, na cultura das séries, o receptor é sempre presente, levando ao estabelecimento de termos, constantemente utilizados e percebidos pelos fãs, a exemplo de:

⁸ O termo se origina do diminutivo da expressão *fan Kingdom*, que traduzido significa “reino de fãs”. Ele se caracteriza como um grupo de pessoas envolvidas em algo em comum, pode ser filme, livro, música, artista, série televisiva etc.

⁹ Em português: ficção de fã. O termo se originou na década de 1970 se relacionando com o filme *Star trek*, assim, ele consiste na apropriação, sem fins lucrativos, de personagens e enredos originados de produtos midiáticos como filmes, séries, histórias em quadrinhos, bandas, celebridades, videogames entre outros.

spoiler, *easter eggs*, *cliffhanger*, entre outros. Nessa perspectiva, algumas séries já produzem pensando em sua base de fãs.

3.2.1 *Spoiler*

Se há algo que pode causar a fúria dos fãs de uma série é a revelação de um *spoiler* em uma conversa no metrô, ou enquanto eles estão no shopping fazendo compras, ou ainda no mais inevitável “mundo dos *spoilers*”: a internet. Nesses ambientes, os fãs são suscetíveis a ouvir ou ler algo que não queriam ter ouvido ou visto – e essa é uma experiência que, por vezes, o telespectador não controla. No caso das séries televisivas, é um dos termos mais populares para os amantes do gênero.

A palavra *spoiler*, vem do verbo *spoil*, que se traduz como “estragar”. O termo surgiu na década de 1970, como nome da seção de uma revista estadunidense de humor chamada *National Lampoon* e nela finais de filmes e outras obras eram contados com o intuito de ajudar leitores a economizar tempo e dinheiro, caso estivessem com dúvidas se assistiriam ou não ao desfecho da obra. Naquela época, o termo ainda não possuía uma visão tão negativa, ao contrário do que acontece na atualidade.

Jonathan Gray e Jason Mittell (2007) postulam que o *spoiler* está na visão do espectador, pois este é quem determina se é negativo ou positivo, e de forma subjetiva e idiossincrática, podendo ser elementos da trama que revelam o fim do texto, a morte de certos personagens, reversões ou reviravoltas surpreendentes na trama. Alguns ainda consideram como *spoilers* a prévia do próximo episódio, o vazamento de roteiro de alguém do *casting*, ou até mesmo produtos derivados.

Para Jonathan Gray, o *spoiler* é como um paratexto. Ele afirma que, como um paratexto, ele é um elemento que “envolve os textos, os públicos e a indústria como parte que ocorre de forma orgânica e naturalmente em nosso ambiente de mídia, como os próprios filmes e televisão” (GRAY, 2010, p. 23).

A expressão *spoiler alert* é outra terminologia bem comum quando um tópico de um filme, série ou livro é recentemente liberado na internet (ou na fala de alguém) e expõe informações novas sobre a história. Mas, caso o telespectador ainda não tenha interesse em saber de imediato, não saberá, pois é avisado para não olhar ou ouvir o conteúdo divulgado.

Quando saiu o último episódio da série televisiva *Game of Thrones*, muitos sites que comentaram sobre o que acontecia nele deixaram sempre a expressão *spoiler alert* antes dos

titulos das manchetes. E mesmo aqueles que, antes do lançamento do episódio, apenas especulavam sobre os acontecimentos, deixavam o aviso. Por exemplo, o *site TecMundo*, o qual produziu um artigo sobre o que poderia acontecer no último episódio da série o intitulou da seguinte forma: ‘Spoilers: o que vai acontecer no episódio final de Game of Thrones¹⁰?’ e, mesmo dentro do artigo, ainda deixou uma mensagem aos leitores dizendo:

É preciso reforçar o aviso de potenciais SPOILERS sobre o final de *GoT* a seguir: a leitura dos próximos parágrafos pode arruinar a sua experiência de assistir ao último episódio da série.

O professor Juan Benítez (2020), em seu artigo sobre *spoiler* e narrativa audiovisual, afirma que a indústria de entretenimento, tanto do cinema como da televisão, se apropria da interação da mídia entre os seus espectadores para estruturar mecanismos, para atrair a atenção de quem consome o conteúdo. Sobre o *spoiler*, ele assevera que, para a indústria, o elemento promove mais buscas pelo entretenimento, além de acrescentar comentários nas redes sociais, consequentemente dando acréscimos ao número de fãs.

Segundo Benitez (2020), a própria morte do personagem Ned Stark, no final da primeira temporada de *Game of Thrones*, causaria um impacto para os fãs, mesmo que soubessem do fato com antecedência, pois o personagem representava quase o protagonista, devido a seu tempo de tela, e também pelos segredos descobertos ao longo dos primeiros episódios.

Sobre os que evitam *spoilers* a qualquer custo, os pesquisadores em estudo de mídias Benjamin K. Johnson e Judith E. Rosenbaum (2016), da Universidade do Maine, nos EUA, em pesquisas psicológicas sobre o efeito ou medo de alguns de receber *spoilers*, expressam que isso representa uma necessidade do indivíduo de se afetar; um prazer que a pessoa sente que faz parte do processo de compreensão do que ocorre na história, além de ser um desafio intelectual, por não possuir informações, sentindo assim, emoções mais profundas.

No romance-folhetim, os *spoilers*, muitas vezes, eram dados no próprio jornal como forma de situar o leitor sobre a narrativa, principalmente aqueles que não tinham contato com a história, algo que, nos dias de hoje, sites ainda produzem, assim como os próprios fãs por meio de *thread* no *twitter* ou de vídeo no *Youtube*.

No tocante à série *Game of Thrones*, por ser uma série com muitos impactos e *plot twist*, ou seja, reviravoltas no roteiro, é muito comum encontrarmos vídeos e *threads* no *twitter* realizando um fio de explicação sobre o que aconteceu. O fato é que quando havia um

¹⁰ Link do artigo: <https://www.tecmundo.com.br/cultura-geek/141412-spoilers-acontecer-episodio-final-game-of-thrones.htm>

acontecimento marcante na série, no mesmo instante já existia comentários nas redes sociais e em sites especializados. Por isso, muitos fãs, se não assistissem à exibição mundial que a HBO fazia aos domingos, fugiam da internet até conseguir assistir, só para não receberem *spoilers*.

Alguns dos momentos marcantes da série – e que poderiam se tornar *spoilers*, para quem não gosta – são: a morte de Ned Stark; o casamento vermelho, ocasião em que Robb Stark, sua esposa, Talisa Stark, sua mãe, Catelyn Stark, e cerca de três mil e quinhentos vassalos da Casa Stark foram assassinados; a morte e ressurreição de Jon Snow e a revelação dele como um Targaryen; a mudança de Daenerys como “rainha louca”; e ainda quando Arya mata o rei da noite.

Uma prática antiga, comum em revistas na América Latina, era a publicação, em suas capas, de uma grande revelação, principalmente sobre novelas populares, do que iria acontecer nos episódios ainda não lançados. A capa com o maior *spoiler* geralmente era a mais vendida. Isso revela que a concepção de *spoiler* mudou nos últimos tempos principalmente em razão do sentido negativo atribuído à palavra a partir do acesso à internet.

No subtópico seguinte, outra prática será abordada: a *Easter eggs*. A Indústria é responsável por sua manutenção, e, ao contrário do *spoiler*, é considerada um grande presente para os fãs.

3.2.2 *Easter eggs*

O processo de alusão ou transtextualidade na literatura foi e ainda é algo comum. Muitas obras literárias fizeram referências a outras obras em sua produção. Eduardo Guimarães, em seu livro *Semântica, Enunciação e Sentido* (2018), explica que a alusão é uma relação de lugares coexistentes, pois quando uma obra faz alusão a outra, invoca esse outro lugar e o que se diz a partir desse lugar. Assim, a alusão é uma comunicação, em que se nota a referência de outro texto ou de um componente dele.

Nos romances-folhetins, isso acontecia quase como estratégia literária, pois quando uma técnica narrativa fazia sucesso, logo poderia ser repetida em outros volumes. Cláudia Paiva exemplifica isso ao falar do folhetim *Mistérios de Lisboa*, de Camilo Castelo Branco, publicado em 1854:

Em *Mistérios de Lisboa*, obra que particularmente nos interessa aqui, encontra-se, realmente, diversas técnicas narrativas da moda folhetinesca utilizadas pelo autor português, com o intuito de atender às demandas de um público diverso. O romance, que já faz alusão ao romance-folhetim de Eugène Sue no próprio título, demonstra a

finalidade do autor em evidenciar que sua narrativa faz parte da mesma família literária daquele; logo a chance de atrair o público leitor era contundente. Camilo, portanto, seguindo a lógica de mercado da época, ofereceu. (PAIVA, p. 176, 2015)

Assim, era comum as obras em folhetins possuírem certo estilo híbrido em que o público reconhecia os traços e absorvia a obra mais rapidamente e com muito mais interesse. Assim, a fórmula de repetir traços se perpetuou na literatura – a própria saga *As crônicas de gelo e fogo* recebe muitos comentários em comparação à obra de J. R.R. Tolkien, *O senhor dos Anéis* (1937-1949), desde o fantástico encontrado nas duas histórias até a descrição de um mundo medieval semelhante à Europa, ou referências sutis nos personagens e na estrutura das narrativas de Tolkien.

Alusões também acontecem no mundo das séries televisivas e quase sempre esperam ser identificadas por seus receptores. Essas referências sutis são popularmente conhecidas como *easter eggs*, “ovo de páscoa” em português. O nome surgiu quando uma empresa que criou o videogame *adventure*, console Atari 2600, na década de 1980, escondeu o nome dos seus programadores, não dando créditos a eles para evitar que outras empresas descobrissem e os roubassem. Porém, Warren Rabinnet, um dos programadores, ao querer reconhecimento, deixou uma mensagem secreta que dizia “Criado por Warren Robinett”, mas que só aparecia em uma zona proibida e em determinado ponto do jogo, sendo descoberto tempos depois.

Quando a mensagem oculta foi descoberta pela empresa, o então Diretor de Desenvolvimento de Software na Divisão de Consumidores da Atari decidiu que deveriam manter a mensagem e que, além disso, incluiriam outras em jogos futuros, servindo como “ovos de páscoa” que os consumidores deveriam encontrar, o que tornou o jogo mais desafiador e atraente. Hoje, os *easter eggs* são comuns em jogos, filmes e séries, e sua referência, quando decodificada, pode contribuir como um conhecimento do que acontecerá futuramente na trama. Para a indústria, trata-se de uma brincadeira entre criador e consumidor.

A série *Game of Thrones* possui alguns *easter eggs* descobertos pouco a pouco pelos fãs. Por exemplo, quando o personagem de Davos Seaworth aprendeu a ler com a princesa Shireen Baratheon, na 3ª temporada. A primeira palavra que leu foi “Aegon”, em referência ao suposto nome verdadeiro de Jon Snow, o qual foi dado por seus legítimos pais: Lyanna Stark e Rhaegar Targaryen. A informação desse *easter egg* só foi realmente descoberta no futuro da série.

Outra previsão é evidenciada quando o personagem Mindinho, na 4ª temporada, diz a Robin Arryn: “As pessoas morrem em suas mesas de jantar. Elas morrem em suas camas.

Elas morrem agachadas sobre seus penicos. Todo mundo morre mais cedo ou mais tarde.”¹¹ O personagem se referia a dois tipos de morte que ocorreram no final da mesma temporada da série, pelas mãos de Tyron Lannister, de Shae e de Tywin.

Outro tipo de *easter egg* é quando uma informação ou objeto pertencente a outra obra é utilizado como recurso. Em *Game of Thrones*, há o Trono de Ferro formado por várias espadas – e alguns fãs perceberam que algumas delas pertenciam a outras obras, a exemplo da utilizada por Gandalf, no filme *O senhor dos Anéis* (2001), dirigido por Peter Jackson, uma do filme *Robin Hood: o príncipe dos ladrões* (1991), dirigido por Kevin Reynolds e ainda outra do filme épico medieval, denominado *Cruzada* (2005), dirigido por Ridley Scott.

Figura 10 - Cena de *Game of Thrones* em que pode ser percebida a espada Glamdring, que o personagem Gandalf usou no filme *O Senhor dos Anéis* (2001)



Fonte: HBO

Portanto, o *easter egg* corresponde a um meio de se comunicar com os fãs mediante os segredos contidos na própria narrativa, seja para oferecer informações futuras, seja para fazer alusões a outras séries. *Game of Thrones*, como se pôde notar a partir dos exemplos apresentados, não ficou de fora.

No subtópico a seguir, comentar-se-á sobre um recurso já conhecido em muitas narrativas e que esteve presente na formação de romances-folhetins, mantendo-se um recurso útil e recorrente nas séries televisivas.

¹¹ *The Mountain and the Viper*. Episódio 8. Temporada 4. Série *Game of Thrones*.

3.2.3 *Cliffhanger*

O *cliffhanger* – *Cliff* significa penhasco; *to hang* significa pendurar –, já conhecido no cinema, é um recurso extremamente utilizado nas séries televisivas. Consiste em “um momento de angústia”, “à beira do precipício”, e se revela quando o personagem está em uma situação de conflito ou revelação eminente. Esse artifício geralmente surge no final do episódio para reter a audiência, deixando expectativas para o episódio subsequente. Tal recurso, então, pode ser considerado como o famoso “continua amanhã” dos romances-folhetins.

Ao discutir sobre o termo *cliffhanger*, Stephan Müller (2017) ressalta que essa estratégia de retenção do público surgiu exatamente em um romance-folhetim do inglês Thomas Hardy, intitulado *Um par de olhos azuis* (1872). Na obra, há uma cena em que um dos personagens principais, depois de salvar uma moça, acaba ficando pendurado em um penhasco, mas a resolução desse problema só é revelada em capítulos subsequentes, visto que a história foi publicada como um folhetim pela revista *Tinsley's Magazine*. Isso aconteceu porque é comum que haja mais de um núcleo narrativo nesse tipo de história, ou seja, mesmo que determinado episódio termine com um núcleo, o episódio subsequente pode começar com outro, o que gera mais expectativas no leitor.

Depois de nos folhetins, o *cliffhanger* se manifestou bastante em filmes seriados. Com isso, as pessoas tinham de ir semanalmente ao cinema assistir a filmes mais curtos, que, compilados, formavam um todo. Geralmente, tais filmes sempre acabavam com *cliffhangers* para atrair os expectadores na semana seguinte. Depois, esse recurso se popularizou em telenovelas e séries, fazendo parte integral do final de capítulos e de temporadas que podem ter continuação.

O pesquisador francês Ugo Dionne (2021), ao discutir sobre os romances publicados desde o século XVIII, afirma que estes foram se projetando com um suspense indireto, em que o tom alarmante era adotado no final de algum volume ou capítulo. A série televisiva adota o mesmo tom no final de uma temporada ou de um episódio. Esse suspense serve como uma alusão ao que poderá acontecer, gerando mais expectativa no receptor.

De mais a mais, é possível afirmar que o *cliffhanger* pode ser estabelecido de duas maneiras. A primeira acontece no final de um episódio ou de uma temporada, em que no capítulo subsequente a tensão é resolvida ou a revelação é descoberta. A segunda ocorre em uma situação na narrativa que envolve mistério, a exemplo do assassinato de um personagem sem a evidência de quem o matou. E esse tipo de mistério, até ser revelado, pode render muitos episódios, ou seja, é uma espécie de *cliffhanger* mais longo.

Na série *Game of Thrones*, o uso de *cliffhanger* ocorre em quase todos os episódios. O final da primeira temporada, marcado pela morte de Ned Stark, gerou expectativa sobre o que ocorreria com seus filhos, estando todos em situações de perigo. As respostas vieram apenas dois anos depois, com a segunda temporada. Outro momento marcante da série foi a morte de Joffrey Baratheon, por envenenamento, no dia do seu casamento, transmitido no 2º Episódio da 4ª Temporada. Por se tratar de um personagem muito odiado, surgiu a pergunta: quem envenenou Joffrey? A rainha e mãe de Joffrey, Cersei, suspeitou de seu irmão, Tyron, o que o levou a julgamento, mas depois foi revelado ao público que a morte se deu como um plano conspirado por Olenna Tyrell e Petyr Baelish, com o intuito de proteger Margaery, que casaria com Joffrey.

Um *cliffhanger* que deixou muitos na expectativa foi a suposta morte de Jon Snow. O personagem recebe várias facadas de seus companheiros de muralha, sendo acusado de traí-los ao apoiar os Selvagens. A quinta temporada termina com a cena e fica um grande mistério sobre o retorno em vida de Jon – e o mistério se tornou ainda maior, porque não há livros escritos sobre o que acontece após essa cena, ou seja, a série seguiu sem roteiro adaptado.

Figura 11 - Morte de Jon Snow em *Game of Thrones* - Episódio 10 - Temporada 5



Fonte: HBO

Mas a resposta veio à tona na sexta temporada quando o personagem foi revivido pelas mãos de Melisandre, conhecida como a sacerdotisa do deus vermelho e bruxa.

Ainda há muitas outras realizações de *cliffhanger* em *Game of Thrones*. Porém, para finalizar esse tópico, vale citar outro acontecimento que deixou todos na expectativa da última temporada da série. A cena acontece no final da sétima temporada com o Rei da Noite, líder dos caminhanes brancos, que consegue abrir uma brecha na muralha que protege a todos que

estão em Westeros. Tal feito significava que os personagens poderiam invadir a região dos Sete Reinos na temporada subsequente, favorecendo a espera do público sobre o que aconteceria posteriormente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise sobre a influência da estrutura do romance-folhetim nas séries televisivas, com enfoque na série *Game of Thrones*, concebeu-se que os elementos basilares do romance-folhetim como produto industrial se mantiveram constantes em outros gêneros literários e televisivos.

No que tange a série *Game of Thrones*, pode-se perceber que a sua estrutura desde o início foi pensada equivalente ao processo de Indústria, principalmente no tocante a sua relação com receptor. Isso ocorreu, pois quando foi adaptada e alcançou um grande retorno do público sobre o enredo da narrativa, a personalidade de alguns personagens sofreu alterações na série televisiva.

Este processo é semelhante ao fenômeno já percebido nos romances-folhetins, a força da opinião do público sobre a trama. Outra questão que teve destaque na obra televisiva, algo já recorrente nos romances-folhetins, foi o contexto social não só da base do universo literário, mas ligado à sociedade vigente.

Partindo desse pressuposto, concebeu-se que o apelo ao público por meio da erotização e da violência, algo que atualmente tem atraído grande massa, aconteceu e muito contribuiu para tornar a série mais assistida. Consequentemente, o controle do telespectador permitiu que muitos *fan service* fossem produzidos.

Outros elementos já explorados desde a publicação do romance-folhetim também se intensificaram na série, a exemplo de: *spoiler*, *easter eggs*, *cliffhanger*, entre outros. O *spoiler* se assegurou na indústria cultural como um elemento de entretenimento devido a constante busca por informações do que aconteceria nas histórias lançadas. No romance-folhetim, o próprio jornal situava o leitor da narrativa, principalmente aqueles que não tinham tido ainda contato com a história, narrando detalhes essenciais sobre o que já tinha acontecido. Hoje, nas séries televisivas, isso pode ser feito a partir de sites e de redes sociais, como *twitter* ou *instagram*.

Na série *Game of Thrones*, comentar sobre a história nas redes sociais era comum, o que atraiu muitos fãs que não conheciam a história. Sobre isso, há *threads* no *twitter* realizando um fio de explicação sobre o que aconteceu em uma série. Para indústria de entretenimento, a interação que acontece na mídia é muito benéfica, pois atrai a atenção de quem consome o conteúdo e de possíveis novos fãs. Assim, a cultura de convergência assegurou o sucesso da série *Game of Thrones*, possibilitando que mesmo que a partir do encontro de diferentes mídias, o público tivesse maior conhecimento e liberdade para se expressar sobre aquilo que consumia.

Através de teorias e discursões em redes sociais, vídeos no *Youtube*, sites temáticos, podcasts, jogos virtuais, *spin-offs*, *fanfics* e outros meios, a escala de narrativa transmídia se estabeleceu na série. Dessa forma, por meio dessas ações, o telespectador se tornou participante do processo de produção e ampliação do universo da série *Game of Thrones* tal como era feito no romance-folhetim. Portanto, esses e outros recursos foram presentes nos romances publicados como folhetins.

Acredita-se que muito há que ser explorado ainda no universo das narrativas televisivas e outras formas artísticas resultantes da literatura junto aos avanços tecnológicos. A relação do receptor e as obras evoluem com o passar do tempo e essa prerrogativa pode ser percebido a partir de outras perspectivas. Assim, esta pesquisa poderá contribuir parra estudos futuros no que diz respeito a teoria da recepção e cultura de convergência, assim como no campo dos estudos do romance-folhetim como base para outras produções.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W., & HORKHEIMER, M. *Dialética do esclarecimento*. Fragmentos filosóficos (G. A. de Almeida, Trad.). Rio de Janeiro: Jorge Zahar. (Texto original publicado em 1944), 1986.

_____. *Dialética do Esclarecimento*. Tradução de Guido Antônio de Almeida, Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1985.

ADRIANO FILHO, J. Estética da recepção e métodos histórico-críticos: o texto da perspectiva do leitor. *Estudos Teologicos* (Online). v. 59, p. 311-324, 2019.

ARAÚJO, N. S. Cinema e Literatura: Adaptação ou Hipertextualização. *Littera* (UFMA) , v. 02, p. 06-28, 2011.

AVELINO, W; Rapozo, J. Contribuições da escola de Frankfurt à escola contemporânea. *Debates em Educação*. Vol. 12, Nº. 27, maio/ago. 2020

BANDEIRA, A. “Don’t tell me what I can’t do!”: As práticas de consumo e participação dos fãs de Lost. Pontifícia Universidade Católica, Porto Alegre. 2009.

BAKHTIN, M. M. *Estética da criação verbal*. Tradução de Paulo Bezerra. São Paulo: Martins Fontes, 2010 BAUMAN, Zygmunt. Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2008.

BENJAMIN, W. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. Obras escolhidas: Magia e técnica, arte e política. 6 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BOSI, A. *História concisa da literatura brasileira*. São Paulo: Cultrix, 1994.

BOSI, E. *Cultura de massa e cultura popular*. Petrópolis: Vozes, 1986.

BORDINI, M. G.; AGUIAR, V. T. de. Literatura. *A formação do leitor: alternativas metodológicas*. 2. ed. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1993.

BOURDIEU, P. O mercado de bens simbólicos. In:_____. *A Economia das Trocas Simbólicas*. Trad. Sergio Miceli. (7ª Ed.). São Paulo: Perspectiva, 2013.

CANDIDO, A. *O direito à literatura*. Vários escritos. 3. ed. São Paulo: Duas Cidades, 1995.

CARDOSO, N. N. Jr. *Hannah Arendt e o declínio da esfera pública*. Brasília: Senado Federal. Subsecretaria de edições técnicas. 2005.

CAZANI JUNIOR, L. E. *La suite à demain: gancho, folhetim e o romance-folhetim A Condessa de Salisbury. Ação Midiática - Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura*, v. 19, p. 167-188, 2020.

COLIN, C.; CONRAD, T.; LEBLOND, A. (dir.). *Pratiques et poétiques du chapitre; du XIXe au XXIe siècle*. Rennes: PUR, 2013.

COLONNA, V. *L'Art des Séries Télé: Ou Comment Surpasser Les Américains*. Paris: Payot & Rivages, 2010.

- COSSON, R. *Letramento Literário: teoria e prática*. São Paulo: Contexto, 2006.
- COSTA, M. H. M. S. *Estética da recepção e teoria do efeito*. Disponível em: <https://www.passeidireto.com/arquivo/16281908/estetica-da-recepcao-e-teoria-do-efeito-marcia-havila-mocci-da-silva-costa>. Acesso em: 24 Jan 2021.
- COSTA SERRA, T. R. *Antologia do romance-folhetim brasileiro*. Brasília: Editora UNB, 1997.
- DELEUZE, G. *O abecedário de Gilles Deleuze*. Ed. Montparnasse, Paris. 1989.
- DIONNE, Ugo. L'intervalle de la terreur. *Sens public*. 2021. <http://sens-public.org/articles/1475/>
- EAMES, T. *Incredible Game of Thrones Easter eggs that you might have missed*. Spydigital. 2018. Disponível em: <https://www.digitalspy.com/tv/ustv/a795227/game-of-thrones-incredible-easter-eggs-you-might-have-missed/>. Acesso em: 13 de jan. 2021.
- ECO, U. *Obra aberta: forma e indeterminações nas poéticas contemporâneas*. 9ª ed. Tradução de Giovanni Cutolo. São Paulo: Perspectiva, 2007.
- FECHINE, Y. Gêneros televisuais: a dinâmica dos formatos. *Revista Symposium*. Recife, nº 1, jan/jun 2001. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/3195/3195.PDF>. Acesso em: 13 de jan. 2021.
- FREITAG, B. *A teoria crítica: ontem e hoje*. 5ª ed. São Paulo: Brasiliensis, 2004.
- GRAY, Jonathan e Jason Mittell. *Speculation on Spoilers: Lost Fandom, Narrative Consumption and Rethinking Textuality*. Participation volum 4. 2007
- GRAY, J. *Show sold separately promos: Spoilers and other media paratexts*. New York: The New York University Press. 2010
- GUIMARÃES, E. *Semântica, Enunciação e Sentido*. Campinas: Pontes Editores, 2018
- HALL, S. *Da Diáspora: identidades e mediações culturais*. 2. ed. Belo Horizonte: Editora: UFMG, 2013.
- HAUSER, A. *História social da literatura e Arte*. São Paulo: Martins Fontes, 1972.
- HEGEL, G. W. F. *Estética. A ideia e o ideal* [trad. de Orlando Vitorino]. São Paulo: Abril Cultural, Coleção Os Pensadores, 1980.
- _____. *Cursos de Estética IV*. Tradução de Marco Aurélio Weler e Oliver Toller. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2004.
- HOHLFELDT, A. *Deus escreve direito por linhas tortas: o romance folhetim dos jornais de Porto Alegre entre 1850 e 1900*. Porto Alegre, EDIPUCRS, 2003.
- GRAMSCI, A. *Derivações culturais do romance folhetim*. In: _____. *Literatura e vida nacional*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1986.

ISER, W. *O Ato da Leitura: uma teoria do efeito estético*. Tradução de Johannes Kreschmer. São Paulo: Ed.34, 1996.

_____. *O Jogo do texto*. In: LIMA, Luiz Costa. **A Literatura e o leitor: textos de estéticas da recepção**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979. p. 105 – 118.

JACKS, N. *Mídia nativa: indústria cultural e cultura regional*. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 1998.

JAUSS, H. R. *A estética da recepção: colocações gerais*. Trad. Luiz Costa Lima e Peter Naumann. In: _____ et al. *A literatura e o leitor: textos de estética da recepção*. Seleção, coordenação e prefácio de Luiz Costa Lima. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

_____. *A História da Literatura como Provocação à Teoria Literária*. São Paulo: Editora Ática S.A., 1994;

JENKINS, H. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. *Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. Tradução Patrícia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2014.

JAMISON, A. *Fic: por que a fanfiction está dominando o mundo*. Rio de Janeiro: Anfiteatro, 2017.

BENÍTEZ, J. El spoiler en la narrativa audiovisual: un análisis basado en la muerte de Ned Stark en Juego de tronos. *Revista de Filosofía, Letras y Humanidades*. Año XXIV, Número 78 Julio-Diciembre. 2020

KELLNER, D. *A Cultura da Mídia*. São Paulo: Edusc, 2001

LAROUSSE. *Dictionnaire de la langue française- lexis*. Paris: Larousse, 1989.

LIMA, B; Santos, Eduardo. *Tradução: de Lukács à escola de Frankfurt*. Rev. *Trans/Form/Ação*. UNESP Marília, v. 43, p. 379-410, Edição Especial. 2020.

LINHARES, J. O primeiro romantismo alemão e a literatura como filosofia edificante . Rev. *Afluente*. UFMA/CCEL. v.5, n.16. p. 42-60. 2020

LÓPEZ, A.M. *Our welcomed guests: telenovelas in Latin America*”. In: ALLEN, R.C., ed. *To Be continued: soap operas around the world*. London: Routledge, 1995

LUKÁCS, G. *O jovem Marx e outros escritos filosóficos*. Tradução Carlos Nelson Coutinho e José Paulo Netto. Rio de Janeiro: UFRJ, 2007.

MARTIN, G. R. R. *A guerra dos tronos*. São Paulo: Leya, 2012.

_____. *A dança dos dragões*. São Paulo: Leya, 2012.

- MÜLLER, S. *Stimme und Performanz in der mittelalterlichen Literatur*, Cliffhanger. De Gruyter. 2017
- MITTELL, J. *Complex TV: The poetics of contemporary television storytelling*. NYU Press. 2015
- MORIN, E. *Cultura de massas no século XX: neurose*. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.
- LAW, G. *Serializing fiction in the Victorian Press*. New York: Palgrave, 2000.
- MEYER M. *Folhetim, uma história*. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 1996.
- MACHADO, A. *A Televisão levada a sério*. São Paulo: Senac, 2000
- _____. Fim da televisão? In: *Revista Famecos*, Porto Alegre, v. 18, n. 1, p. 86-97, janeiro/abril, 2011.
- MAINGUENEAU, D. *Discurso e análise do discurso*. Tradução Sírio Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.
- MARTINO, L. M. S. *Teoria da Comunicação: ideias, conceitos e métodos*. Petrópolis: Editora Vozes. 2014.
- MARX, K.; ENGELS, F. *Manifesto do Partido Comunista*, 1848. Porto Alegre: L&PM, 2009.
- MOISÉS, M. *A criação literária: introdução à problemática da literatura*. São Paulo: Melhoramentos. 1973.
- MUNGIOLI, M. C. P., PELEGRINI, Christian. Narrativas complexas na ficção televisiva. *Revista Contracampo*, vol. 26, n. 1, 2013.
- MUNGIOLI, M C P. Ecos da memória da nação na Minissérie Queridos Amigos. *Revista Comunicare*, v. 10, n. 2, 2010
- NADAF, Y. J. O romance folhetim francês no Brasil: um percurso. *Revista Letras*, Santa Maria, v. 19, n. 2, p. 126–138, jul./dez. 2009.
- PEARSON, R. e SIMPSON. P *Critical Dictionary of Film and Television Theory*. Londres et New York : Routledge. 2001
- PUTERMAN, P. *Indústria Cultural: A Agonia de um Conceito*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1994.
- RODRIGUES, E. *Mágico Folhetim: Literatura e jornalismo em Portugal*. Lisboa: Editorial Notícias, 1998.
- RONCARI, L. *Literatura brasileira. Dos primeiros cronistas aos últimos românticos*. São Paulo: EDUSP, 1995.
- ROSENBAUM, JUDITH E. e BENJAMIN K. Johnson. Quem tem medo de spoilers? Necessidade de cognição, necessidade de afeto e seleção narrativa e

prazer. *Psicologia da Cultura da Mídia Popular*. Fundação Editorial Educacional: 273-89. 2016

ROSS, S.M. *Beyond the Box: Television and the Internet*. Oxford: Blackwell Publishing. 2008

SANDVOSS, C. *Fans: The mirror of consumption*. Cambridge: Polity Press. 2005

SANTOS, Tamires Dias dos. Theodor Adorno: uma crítica à indústria cultural. *Revista Trágica: estudos de filosofia da imanência* – Vol. 7 – nº 2 – p.25-36, 2º quadrimestre, 2014.

SCHREIBER DA SILVA, S. M, MACHIAVELI, G. R. M, FREITAS, B. S. Argumentatividade e alusão no agenciamento enunciativo: a migração, a ditadura e os conquistadores no livro didático. *Traços de Linguagem*. V.3, n.2, p. 52-62, 2019.

SILVA, M. V. B. *Cultura das Séries: Forma, Contexto e Consumo de Ficção Seriada na Contemporaneidade*. São Paulo: Galaxia, 2014.

SILVA, J. P. M; OLIVEIRA, A. E. As Séries Televisivas e a Indústria Cultural. *Revista UEMG*, 2015. Disponível em: <http://revista.uemg.br/index.php/anaisbarbacena/article/download/835/542>. Acesso em: 01 abr. 2018

SODRÉ, M. *Teoria da literatura de massa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978.

THÉRENTY, M. *La littérature au quotidien: Poétiques journalistiques au XIXe siècle*. Paris: Ed. Le Seuil, 2007.

_____. O longo e o cotidiano. *Sobre a dilatação midiática dos romances nos séculos XIX e XX*. Trad. Pedro Paulo Garcia Ferreira Catharina. Revista Interfaces, Rio de Janeiro, Vol. 1, Número 22, pp. 117-136, janeiro-junho, 2015.

VAREILLE, J. *Le roman populaire français. 1789-1914*. Limoges: PULIM, 1994.

ZILBERMAN, R. *A leitura e o ensino da literatura*. São Paulo: Contexto, 1988.

ZUIN, A. Á. S. *Sobre a atualidade do conceito de indústria cultural*. Cadernos Cedes, Campinas, ano XXI, n. 54, p. 9-18, agosto, 2001.