

OVERDOSE EM SÉRIE

Serviços de streaming popularizam o consumo de séries em maratonas, agora conhecido como binge-watching, influenciando fãs e produções

TEXTO THIAGO JANSEN FOTOS PAULA GIOLITO



O designer gráfico Guilherme Peres navega pelo Netflix em sua TV: conhecidas como binge-watching, as maratonas pelo serviço dão vazão ao seu vício por séries

Com 23 anos, o designer gráfico carioca Guilherme Peres se diz um viciado — sem vergonha nenhuma em admitir. Fã de televisão desde a infância, sua obsessão por séries se intensificou em 2006, quando começou a acompanhar o fenômeno da TV americana “Lost”.

Porém, se há alguns anos ele precisava adquirir boxes de DVDs, ou fazer inúmeros (e lentos) downloads de episódios, para alimentar o seu vício, hoje ele recorre com frequência à crescente oferta de serviços de streaming e vídeo on demand, tais como o Netflix e o iTunes, a loja virtual da Apple. Com temporadas completas em seus catálogos, e a liberdade para que o usuário assista quantos episódios quiser, na hora que quiser, esses serviços estão dando cara nova ao hábito de assistir séries em maratonas — agora conhecido como binge-watching, ou binge-viewing —, influenciando não só a rotina dos fãs, mas também os produtores de conteúdo e suas narrativas.

— São sete anos de vício até agora e nenhuma pretensão de acabar. Minhas séries favoritas são “Lost”, “Breaking bad” e “Freaks and geeks” — afirma Peres. — Sou muito adepto do binge-watching, até porque, assistindo a tanta série, é impossível acompanhar tudo semanalmente. Somando isso ao fato de ainda existirem várias séries antigas que não vi, o binge-watching passa a ser não só questão de comodidade, mas também a única forma de dar vazão ao tanto de episódios que eu tenho vontade de assistir. Lembro de feriados prolongados em que passei o tempo todo só vendo séries. Vício difícil de controlar.

FÃS E SÉRIES NA ONDA DO BINGE-WATCHING

Editor-chefe do site Ligado em série, Bruno Carvalho é outro que costuma recorrer às maratonas de episódios por vídeo on demand. No caso dele, a prática ocorre não só por seu entusiasmo com os seriados, mas também por necessidade profissional.

— Como editor de um site de séries, preciso me manter atualizado com diversas produções e nem sempre é possível acompanhar pela exibição na TV. Assisti às temporadas de “24 horas”, “Battlestar galactica”, “Boston legal” e “Veronica Mars” desta forma. Recentemente, eu *binge watched* as séries “Orphan black”, “Broadchurch”, “Luther” e “Orange is the new black” — conta ele, que diz ter assistido aos episódios da quarta temporada da comédia “Arrested Development” por oito horas direto, quando foram lançados no Netflix.

Conforme atesta Pedro Curi, professor da ESPM-RJ que estuda a relação de fãs brasileiros com séries americanas há dez anos, a prática das maratonas de séries não é exatamente nova: antes do surgimento dos serviços online, ou da popularização da internet, grupos de fãs já costumavam se reunir na entressafra das novas temporadas das suas séries favoritas para assistir a vários episódios de uma vez, inicialmente por meio de fitas VHSs, e, mais recentemente, DVDs. A diferença agora, ele afirma, é que a tecnologia trouxe a prática para o público comum.

— A novidade é que esse hábito tem se popularizado cada vez mais com os serviços de streaming, vídeo on demand e a facilidade de encontrar diversos seriados, e todos os seus episódios, em um mesmo lugar. O que antes era feito somente por fãs obcecados, agora é prática do público comum, por conta das conveniências da tecnologia — afirma ele, que também faz uso da prática. — Tem séries que já assisti, mas hoje encontro no Netflix e pela praticidade acabo vendo tudo de novo.

Pioneiro no setor, o Netflix divulgou no último mês de outubro que chegou, somente nos EUA, a 31,3 milhões de assinantes, superando o canal a cabo HBO, tido como um de seus rivais no país. A Apple, por meio de sua loja virtual iTunes e de seu reprodutor de mídia digital Apple TV, e Amazon, com seu serviço Amazon Prime, também são empresas que oferecem um generoso acervo de séries, e que podem ser consumidos em TVs, computadores, tablets e smartphones — dos três, apenas o Netflix está disponível com séries no Brasil.

AS VANTAGENS DO BINGE-WATCHING

E mesmo canais de TV tradicionais estão se rendendo ao formato. A HBO disponibiliza lá fora e aqui o serviço HBO Go, que possibilita aos seus assinantes o acesso a seus filmes e suas séries, como as badaladas “Game of thrones” e “Girls”, à medida que estreiam na TV. Nos EUA, MTV e Disney Channel já ensaiam iniciativas semelhantes em aplicativos próprios.

De tão popular, o binge-watching já começa a ter reflexos no desempenho de seriados em seu habitat original: a televisão. Vencedora do último Emmy de melhor série dramática, “Breaking bad” é o exemplo mais recente dessa dinâmica. Criado pelo diretor, produtor e roteirista Vince Gilligan, o seriado estreou na televisão americana em 2008, no canal a cabo AMC, com 1,2 milhão de espectadores — número tímido para os padrões de audiência dos EUA. Em 2012, a série alcançava um público de 2,6 milhões e, antes do fim daquele ano, chegou a cerca de 6 milhões. Em seu episódio final, exibido no último 29 de setembro, “Breaking bad” teve uma audiência de 10,3 milhões de pessoas — em apenas uma semana, um salto de cerca de 3,7 milhões de espectadores em relação ao seu penúltimo episódio.

Os números absolutos podem não impressionar — só o episódio piloto de “Lost”, por exemplo, teve 18,6 milhões de espectadores — mas a velocidade de seu crescimento, sim. E foi justamente a serviços como Netflix, e à possibilidade de um novo público correr atrás da série a tempo de ver o seu final na TV, que o diretor Vince Gilligan atribuiu o sucesso de “Breaking bad”.

— A TV mudou muito nos últimos seis anos. Eu não sou nenhum sociólogo, mas acho que essa mudança foi devido aos serviços de streaming e vídeo on demand, particularmente aqueles como Netflix, iTunes e Amazon Prime. Eu acho que o Netflix nos manteve no ar. Não só estamos aqui hoje, mas também ganhamos como o melhor programa. Acho que a nossa série não teria chegado ao final da segunda temporada se não fossem os serviços de vídeo on demand, e o componente social da internet (...). É uma era de ouro para a televisão e nós somos muito sortudos por termos nos beneficiado dessas duas novidades — disse Gilligan na coletiva de imprensa após o Emmy.

Professor do curso de Cinema e Audiovisual da Universidade Federal da Paraíba, Marcel Vieira afirma que a popularização do hábito do binge-watching também tem afetado o processo criativo de roteiristas, diretores e produtores de séries, de dois modos específicos: na possibilidade de reduzir as redundâncias nas narrativas; e na criação de seriados novos já tendo em vista o consumo de episódios seguidos.

AS VANTAGENS DE ASSISTIR SÉRIES NA TV

— De um lado vemos como esses serviços estão permitindo um esgarçamento narrativo maior, com arcos dramáticos mais extensos e menos redundantes, porque agora o espectador pode revisitar a série mais facilmente para lembrar coisas, algo que não podia na TV. Por outro, vemos que já estão surgindo séries criadas diretamente para esses serviços, levando em consideração em sua estrutura narrativa o fato de que o espectador não será interrompido por comerciais e que ele poderá assistir aos episódios em sequência, de uma vez só — explica Vieira.

Produzida pelo Netflix e estrelada pelo ator Kevin Spacey, “House of cards” é um exemplo de série criada já tendo em vista a prática do binge-watching. Lançada exclusivamente no serviço, em fevereiro deste ano, ela foi disponibilizada com todos os episódios de sua primeira temporada. Sucesso de crítica, a produção tornou-se a primeira do serviço a faturar um Emmy, levando três troféus na edição desse ano: Melhor direção em série de drama (David Fincher), Melhor fotografia e Melhor elenco em drama.

Outro exemplo de uso criativo das possibilidades do binge-watching foi feito pela quarta temporada da comédia “Arrested development”. Sabendo que todos os episódios seriam disponibilizados de uma vez no Netflix, seus criadores os editaram de uma forma que os espectadores pudessem ver os episódios em qualquer ordem, que ainda assim fariam sentido dentro do arco narrativo da série.

Para os fãs, no entanto, a crescente popularidade do hábito do binge-watching não significa que ele vá necessariamente substituir o consumo convencional dos seriados na TV, ou seja melhor que ele.

— Na televisão, o espectador tem um tempo maior de absorver o que viu. Tem tempo de discutir com outros fãs, inclusive em tempo real, na internet, e avaliar melhor. O que com o binge-watching às vezes pode passar despercebido pode ser melhor interpretado com um tempo maior de avaliação, que é o que o consumo na televisão possibilita — opina Juliana Suedde, de 26 anos, fanática por séries desde “Friends” e uma das criadoras do site 140 Caracséries.

Bruno Carvalho, do site Ligado em série, tem opinião semelhante à de Juliana:

— O modelo tradicional de exibição semanal permite que o espectador se envolva mais com a série ou com seus personagens, pois acompanhará a trama por um período de tempo maior. Além disso, alguns seriados podem perder apelo dramático quando assistidos de uma vez, pois não foram concebidas desta forma, notadamente por conta dos ganchos — afirma.

De acordo com as pesquisas que já fez sobre o tema, Pedro Curi, da ESPM-RJ, afirma que a preferência pelo consumo das séries na TV ou em serviços de streaming varia de pessoa para pessoa, e é uma questão de gosto pessoal.

— As vantagens e desvantagens de cada modelo dependem do tipo de público. Tem fãs que preferem acompanhar o ritmo da televisão, mas tem algumas pessoas que preferem assistir tudo junto ao final da série, pela falta de paciência. É questão de gosto pessoal mesmo — conclui Curi. ●

1

1