

Blog Season Addicted¹

Vanessa Trindade OLIVEIRA²

Rafael Ishibashi Moreira ALMEIDA³

Jocyelma SANTANA⁴

Centro de Ensino Universitário Luterano de Palmas, Palmas, TO

RESUMO

Este projeto foi desenvolvido para a disciplina Projeto Experimental I – Produto de Comunicação, do curso de Comunicação Social – Jornalismo, do Centro de Ensino Universitário Luterano de Palmas, CEULP/ULBRA. O processo de construção e execução do projeto foi supervisionado pela professora mestre Jocyelma Santana. O blog Season Addicted tem como objetivo falar sobre **séries de televisão**, exibidas no Brasil ou no exterior, em televisão aberta ou fechada.

PALAVRAS-CHAVE: blog; comunicação; ficção; séries; televisão.

1 INTRODUÇÃO

O produto de comunicação escolhido é um blog, que o tema "séries de televisão". A plataforma foi escolhida por contar com grande acesso de pessoas que assistem séries e que tem o costume de frequentar sites que falem sobre tais seriados.

Neste projeto utilizaremos a palavra *série* já que ela é amplamente utilizada pelos fãs, embora haja uma diferença entre séries e sitcoms, conforme será abordado no decorrer deste texto.

O blog foi hospedado sob o domínio *blogspot.com* pelo mesmo contar com uma maior facilidade de interação com suas ferramentas de edição de layout. No conteúdo do blog será dado espaço para Séries Recomendadas, Séries Sugeridas por leitores, Séries Abandonadas e listas dos principais pontos abordados por esses seriados. Contudo, o formato do blog é deveras maleável o que permite um futuro acréscimo de outras categorias, conforme a demanda do público, assim como a retirada e a modificação das categorias já existentes.

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade Blog (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: vanessa.t.o@hotmail.com.

³ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: arsenal_ishibashi@hotmail.com.

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: jocyelmasantana@gmail.com.

2 OBJETIVO

Geral:

Falar sobre seriados de televisão que são exibidos na programação de televisão aberta ou fechada, no Brasil ou no exterior.

O blog, SeasonAddicted, pretende atender as demandas dos internautas que possuem o costume de assistir séries ao oferecer conteúdo sobre séries em exibição, que serão exibidas e já canceladas, por meio das categorias para classificar as postagens.

Tais demandas podem ser identificadas como: necessidade de uma linguagem diferenciada, atualizações constantes, fácil visualização, textos curtos, imagens grandes, etc.

O objetivo principal é levar a seu público alvo o melhor conteúdo sobre seriados com uma linguagem diferenciada.

Específicos:

- Criticar séries;
- Apresentar análise ou sinopse;
- Interagir com os visitantes do blog;
- Apresentar o conteúdo possível e disponível sobre seriados com uma linguagem diferenciada.

3 JUSTIFICATIVA

As séries televisivas tomam outra conotação na internet, pois muitos que não possuem acesso à tal material por conta da programação da televisão aberta brasileira agora recorrem à web para fazer o download dos mais diversos seriados. Dessa forma, o público se torna cada vez mais abrangente, atinge milhares de pessoas. Esse crescente e fiel público procura cada vez mais séries e chega a assistir diversos episódios por dia.

Na estação colegial, Glee é uma penetrante comédia musical que rapidamente se tornou um fenômeno da cultura pop. Desta temporada é a série número 1 dentre os adolescentes e uma das 3 primeiras entre os adultos 18-49 e 18-34, possui aclamação da crítica, uma leal base de fãs

“GLEEK’s”, dois álbuns de platina e dois de ouro, duas indicações ao Grammy e mais de 16 milhões de downloads de músicas.⁵

Os seriados são fenômenos na cultura de massa (MESSA, 2006, p.1), tanto são aclamados que chegam a milhões de espectadores e alguns passam mais de vinte anos em circulação, como é o caso de *The Simpsons*.

Na TV aberta americana, os cinco grandes canais (ABC, NBC, CBS, FOX e CW) transmitem atualmente mais de 75 séries inéditas no horário nobre, isso sem levar em conta as reprises durante o dia. Para comparar, no Brasil, são exibidas atualmente 26 séries americanas nos canais Globo, Record, SBT, Band e Redetv. Dessas séries, muitas já foram até canceladas no seu país de origem, outras ainda estão sendo exibidas nos Estados Unidos, mas raramente uma mesma temporada é exibida simultaneamente no Brasil e nos EUA.⁶

No Brasil, além da TV aberta, as séries podem ser acompanhadas na TV paga, que possui canais especializados em séries como Sony, Warner Channel, Fox, A&E, Universal Channel e AXN (esqueci algum?). De acordo com a Associação Brasileira de Televisão por Assinatura, a ABTA, em 2010 a TV por assinatura atingia 8,6 milhões de domicílios no país e cerca de 30 milhões de pessoas. Desses consumidores, 76% pertencem as classes A e B, 47% assistem TV paga todos os dias e o tempo dedicado a televisão é, em média, de duas horas e quatorze minutos diários.⁷

De acordo com o jornalista Daniel Castro, do portal R7, em 2010, dos 20 canais mais assistidos por adultos na TV paga brasileira, quatro são especializados em séries, são eles: Warner Channel, em 6º lugar com 13.168 espectadores por minuto, Fox, em 7º lugar com 12.394 espectadores por minuto, Universal Channel, em 10º lugar com 11.619 espectadores por minuto e AXN, em 13º lugar com 8.521 espectadores por minuto.⁸

⁵ Disponível em: <<http://www.fox.com/glee/about/>> acesso em 5 de abril de 2011.

⁶ Dados retirados dos sites oficiais de cada canal no dia 04 de abril de 2011.

⁷ Dados obtidos na revista Mídia Fatos, publicada anualmente pela ABTA. Disponível em <http://www.midiafatos.com.br/PDF_htm/Manual.pdf>. Acesso em 5 de abril de 2011.

⁸ Informações disponíveis em: <<http://noticias.r7.com/blogs/daniel-castro/2011/01/30/discovery-kids-e-o-segundo-canal-mais-visto-por-adultos/>>. Acesso em 5 de abril de 2011.

Ainda segundo Castro, especificamente em relação as séries, *Lost* foi a mais assistida da TV paga brasileira, mais de 44 mil pessoas acompanhavam os seus episódios, inéditos ou reprises, exibidos durante o horário nobre pelo AXN. O jornalista propõe uma comparação entre esse número e o número de legendas baixadas do site Legendas.tv (<http://legendas.tv/>), um dos maiores sites de legendas do país. A legenda do episódio 13 da sexta temporada da série possui mais de 78 mil downloads, quase o dobro do número de pessoas que assistiam os episódios pela televisão.⁹

Lost também é a série mais baixada do Brasil em 2010, de acordo com uma lista do site *TorrentFreak*, e divulgada pelo Cine Séries. A média de downloads na temporada foi de 5.940.000, enquanto a média de telespectadores nos Estados Unidos é de 13,57 milhões. Situação curiosa é a de séries como *Heroes* e *Dexter*, que estão na 2ª e 3ª posição da lista, respectivamente, e tiveram o número de downloads maior que o de telespectadores. Enquanto *Heroes* teve 5.480.000 de downloads e 5,30 milhões de telespectadores, *Dexter* alcançou 3.880.000 downloads e 2,54 milhões de telespectadores.¹⁰

Um dos meios que atuam na repercussão dos seriados são os blogs especializados. Com uma linguagem própria esses sites, como o Série Maníacos (<http://www.seriemaniacos.com.br/blog/>), o Cine Séries (<http://www.cineseries.com.br/>) e o Box de Séries (<http://www.boxdeseries.com.br/site/>) oferecem um material diferenciado para aqueles que buscam não apenas resenhas e entretenimento, mas também críticas, não só de séries atuais, mas também de seriados já cancelados.

Os blogs que comentam séries possuem uma linguagem própria da internet, em especial dos blogs, um pouco mais coloquial, muitas vezes se referindo diretamente ao leitor, contudo percebe-se que tais centros de informações sobre séries se encontram muito enlatados dentro de um padrão. O blog *Season Addicted* pretende fugir de tais clichês, tais como listas genéricas e com quantidades iguais, reviews¹¹ de episódios, ao procurar utilizar uma linguagem própria, descontraída, porém com o rigor jornalístico e que ainda sim atenda a seu público.

⁹ Informações disponíveis em: <<http://noticias.r7.com/blogs/daniel-castro/2011/01/25/lider-de-audiencia-na-tv-paga-lost-foi-mais-visto-na-web/>>. Acesso em 5 de abril de 2011.

¹⁰ Informações disponíveis em: <<http://www.cineseries.com.br/colunas/listas/top-10-series-mais-baixadas-de-2010-no-brasil>>. Acesso em 5 de abril de 2011.

¹¹ Reviews são resenhas sobre cada episódio de uma série.

“É notório que a prática do jornalismo profissional exige cumprimento de certas regras a que o blogueiro (não jornalista) não se atém, nem se trata de não querer segui-las, simplesmente não as seguem, normalmente por não serem jornalistas” (PRADO, 2011, pág. 171)

Público-alvo: O blog terá como foco pessoas que possuem acesso à internet, assistem ou procuram séries e que frequentam sites especializados.

Produto: A escolha da plataforma blog se deu visto que em geral o público que acompanha séries também costuma ler sobre elas na internet.

Linha Editorial: Preza a multiplicidade de opinião, tendo em vista que ela é relativa ao conhecimento empírico do autor sobre o tema abordado no blog.

O blog é uma nova ferramenta que revolucionou o mercado jornalístico e se espalhou rapidamente pela internet. Pela facilidade proporcionada por essa plataforma qualquer um com acesso à internet pode postar sobre assuntos adversos. As informações sobre séries e seus respectivos fãs, que antes ficavam restritas as poucas revistas especializadas, encontraram nos blogs seu espaço de divulgação e discussão.

3.1 Blogs

O formato blog surgiu em 1994 e se popularizou a partir de 1999, quando ficou mais acessível criar e mantê-lo. Dois anos depois, em 2001, este formato se tornou um fenômeno. (FOSCHINI e TADDEI, 2006, p.168 apud PRADO, 2011).

Por se tratar de um produto novo (séc. XXI), as referências utilizadas no decorrer desse projeto foram retiradas, principalmente, de artigos e livros de publicação recente. Nosso pilar na bibliografia sobre blogs é Magaly Prado, especialista na área tecnológica, sobretudo no que toca à internet e comunicação.

Os blogs e todos esses sistemas novos podem parecer frágeis, pouco confiáveis e pouco sérios. Mas eles são uma demonstração da criatividade e inovação que está acontecendo fora do âmbito do jornalismo tradicional [...] Se quisermos manter vivo o jornalismo independente e profissional, que é tão importante para a democracia, precisamos adaptá-lo ao novo

ambiente midiático que está em formação. (ALVEZ 2001 apud PRADO, 2011, p.167).

Como esclarece o autor, os blogs, apesar de novas ferramentas, já são muito utilizados na divulgação de notícias, seu conteúdo dinâmico atrai e prende a atenção do público o qual pode se tornar fiel, caso o site traga informação que agrade a esses leitores. Uma das formas que os blogs utilizam para atrair público é a segmentação “Sites autônomos de jornalismo especializado oferecem aos internautas notícias atualizadas e amplas coberturas sobre campos e temas como administração, ciência, economia, negócios, política, propaganda, marketing e esportes em geral.” (PINHO, 2003, p. 119). A internet, por se tratar de uma imensidão, alcança os mais diversos públicos em sua rede por isso “a segmentação se estabelece, atendendo a todo tipo de nicho” (PRADO, 2011, pág. 173)

O blog une, em uma só plataforma, dois atributos invejados pelo jornalismo, a simplicidade e a agilidade, é simples, pois seu conteúdo é de fácil modificação e ágil, pois basta um clique para conceber uma postagem, Prado (2011) diz que a partir dessas duas características inerentes ao blog, é possível alcançar o que o jornalismo a muito tenta, vencer o tempo.

3.2 Seriados, séries e sitcoms

Os seriados podem ser divididos entre séries e sitcoms¹². Conforme explica MESSA (2007), as séries tem caráter dramático e complexo, cada episódio costuma durar de 40 a 45 minutos e eles costumam ter relação com os anteriores.

O seriado usa tramas entrelaçadas e prolongadas ao longo dos episódios. O grande número de personagens permitiu a adoção da linha de drama com enredos múltiplos no formato de “arco dramático”. Dramaturgicamente, um arco dramático é um percurso de um personagem ou de uma trama ao longo de uma obra de ficção. (MOREIRA, 2007)

Já as sitcoms focam na comédia, possuem personagens estereotipados (como é o caso de *The Big Bang Theory*¹³), e, na maioria vezes, as histórias contadas nos episódios, que costumam durar de 20 a 25 minutos, são independentes.

¹²“O termo é uma abreviação da expressão situationcomedy (comédia de situação/costumes), originalmente utilizado nos programas de rádio dos anos 20, e sua estrutura assemelha-se à crônica literária, uma vez que trata de assuntos corriqueiros da sociedade de uma forma aparentemente superficial e cômica”. (Messa, 2007)

¹³Série da emissora norte-americana CBS, que acompanha o dia-a-dia de quatro amigos nerds.

É válido ressaltar que “Sitcoms e séries são um fenômeno social, onde temas relevantes da sociedade são abordados, tornando mais permissivas questões que poderiam ser – em um outro contexto - bastante polêmicas, quando não inaceitáveis” (Berciano, 1999 apud MESSA, 2007).

Segundo MESSA (2007), foi na década de 80 que os seriados norte-americanos foram inseridos no Brasil através da Sessão Aventura, faixa da Rede Globo, que exibia essas produções para todo o país, nas tardes de segunda a sexta-feira.

Na América Latina, a televisão é um instrumento fundamental de lazer principalmente para as camadas populares. Os programas apresentados contando com essa audiência garantida procuram temas e assuntos que possam atender e retratar as suas ânsias e frustrações, funcionando como intermediação entre a realidade cotidiana e o espetáculo ficcional (MOREIRA, 2007)

As séries atuam como meio de integração social, elas geram discussões e promovem congregação. “Os programas de televisão - sejam eles telenovelas, programa de entrevistas, seriados, etc - garantem uma conversa nos meios sociais, discussões, disputas de conhecimento funcionando como um fator essencial no universo cultural do indivíduo.” (MOREIRA, 2007)

Por fim, não se podem descartar as exigências de agilidade, linguagem diferenciada e interatividade, que são demandas dos blogs, sobretudo os especializados em séries.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para a execução deste projeto, será utilizada a internet como meio principal de acesso. A plataforma blog foi escolhida por contar com grande acesso do público-alvo selecionado o qual se resume o público jovem. “Com o surgimento dos blogs, cresceu a leitura, principalmente entre jovens, que passaram a ler os blogs dos amigos ou das comunidades nas quais estão inseridos. [...] Os jovens estão lendo e escrevendo mais. A facilidade de criar um blog permite que adolescentes entrem no mundo da informação.” (PRADO, 2011, p. 172-173)

O blog será hospedado sob o domínio <http://www.seasonaddicted.blogspot.com> já que a plataforma Blogspot apresenta maior facilidade de modificação de layout, sendo assim fica mais fácil aplicar os conhecimentos comunicacionais, os quais são atrativos aos olhares do público, bem como cores leves e visual clean, porém elaborado.

Para a divulgação do blog serão utilizadas as seguintes ferramentas: *Twitter*, um microblog que permite que seus usuários enviem e recebam mensagens de até 140 caracteres, por ser uma ferramenta com vasto alcance de divulgação e por contar com um número considerável de usuários, *Facebook*, por ser a rede social de maior utilização por pessoas que se encaixam no perfil do público-alvo e *Orangotag*, uma rede social que permite ao usuário listar as séries que acompanha ou já acompanhou e marcar os episódios que já assistiu. Nelas, as atualizações do blog serão divulgadas através de links encurtados pelo *migre.me*, que possibilita o acompanhamento do número de acessos ao blog através do link criado.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O blog é de duração indeterminada, seu projeto e execução teve início como atividade parcial das disciplinas Projeto Experimental I - Produto de Comunicação e Webjornalismo, mas prevê continuação mesmo após possível aprovação de seus administradores nas respectivas disciplinas.

O projeto gráfico prevê a tendência em atual gestão na internet, que é a característica “clean”, com traços e cores leves que proporcionem uma leitura agradável, sem que o leitor se sinta cansado com um layout pesado e, conseqüentemente, considere deixar o site. Será utilizado tudo ao nosso alcance, que torne o blog mais atrativo sem precisar se tornar agressivo.

O blog contará com diversas categorias para classificar suas postagens, são elas: Addicted Recomenda, Top Addicted, Addicted Curiosidades e Addicted Fãs. É válido lembrar que futuras categorias poderão surgir conforme a necessidade e/ou *feedback* do público-alvo.

5.1 POSSÍVEIS FONTES

O blog contará com dois colaboradores fixos, Patrício Reis Ferreira e Rodrigo Correia Alves Gomes, também acadêmicos do curso de Comunicação Social, com habilitação em jornalismo do CEULP/ULBRA.

Além disso, na categoria Addicted Fãs, os leitores do blog que tiverem interesse poderão escrever sobre uma série a sua escolha.

5.2 CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

No dia 17 de março de 2011, deu-se início às atividades do blog, o mesmo foi registrado sob o domínio <http://seasonaddicted.blogspot.com/>

Pela exigência de tempo imposta pela internet e seus usuários o blog contará com atualizações frequentes, de preferência diárias, sem deixar de lado a competência e os critérios necessários para postagens na web.

5.3 PLANILHA DE CUSTOS

A plataforma blog hospedada no domínio blogspot.com não requer custeamento, o mesmo pode ser dito para a sua manutenção. Conclui-se então que a criação e manutenção do blog Season Addicted não despenderá custos.

6 CONSIDERAÇÕES

O blog Season Addicted foi atualizado regularmente entre os dias 4 de maio e 15 de julho de 2011. Neste período foram postados 67 textos, que receberam 50 comentários. A postagem mais acessada foi “Top Addicted: Bordões Marcantes”, com 230 acessos, seguido do texto “Addicted Recomenda: Weeds”, com 179 visualizações. No total o blog recebeu 4.210 visualizações.

Na categoria Addicted Fãs seis leitores do blog participaram e enviaram suas análises sobre séries. Além das quatro categorias já existentes no projeto, foram criadas outras três: Addicted Compara, Addicted Random e Cancelamentos e Renovações.

No *Twitter* o *Season Addicted* conta com 44 seguidores e 166 tweets, que ajudaram a divulgar o blog. No *Facebook* são 68 amigos, enquanto no *Orangotag* são mais de 2 mil episódios de séries assistidos. Todos os links para a divulgação dos posts do *Season Addicted* foram encurtados utilizando o *Migre.me*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MESSA, Márcia Rejane. **A cultura desconectada:** sitcoms e séries norte-americanas no contexto brasileiro. In: *UNIrevista*, n.3, v.1, 2006. Disponível em: <http://www.alaic.net/ponencias/UNIrev_Messa.pdf>. Acesso em: 01 abril 2011.

MOREIRA, Lílian Fontes. **A narrativa seriada televisiva:** O seriado *Mandrake* produzido para a TV a cabo HBO. 2007. Disponível em: <<http://www.uff.br/ciberlegenda/artigolilianfinal.pdf>>. Acesso em: 01 abril 2011.

PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet:** planejamento e produção da informação on-line. São Paulo: Summus, 2003, ed. 3.

PRADO, Magaly. **Webjornalismo.** Rio de Janeiro: LTC, 2011.

RÉGIS, Fátima, et. al. **Seriados de TV e desenvolvimento de competências cognitivas:** uma análise das séries “Perdidos no Espaço” e “Lost”. In: *Contemporânea*, n. 11,2011. Disponível em: <http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_11/contemporanea_n11_160_lost.pdf>. Acesso em: 01 abril 2011.