

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
RÁDIO, TV E INTERNET

Juliana Garcia Moraes

Estratégias transmidiáticas da série Dark na Netflix:
a criação de conteúdo transmídia para uma narrativa complexa

Juiz de Fora

2022

Juliana Garcia Moraes

Estratégias transmidiáticas da série Dark na Netflix:
a criação de conteúdo transmídia para uma narrativa complexa

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial à obtenção do grau de bacharel em Rádio, TV e Internet.

Orientadora: Prof^ª. Dra. Theresa Medeiros

Juiz de Fora

2022

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Garcia Moraes, Juliana.

Estratégias transmidiáticas da série Dark na Netflix : a criação de conteúdo transmídia para uma narrativa complexa / Juliana Garcia Moraes. -- 2022.

84 p. : il.

Orientadora: Theresa Medeiros

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social, 2022.

1. Narrativa Transmídia. 2. Narrativa Complexa. 3. Estratégias Transmidiáticas. 4. Netflix. 5. Dark. I. Medeiros, Theresa, orient. II. Título.

Juliana Garcia Moraes

Estratégias transmidiáticas da série Dark na Netflix:
a criação de conteúdo transmídia para uma narrativa complexa

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial à obtenção do grau de bacharel em Rádio, TV e Internet.

Aprovada em 6 de maio de 2022.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Theresa Medeiros - Orientadora
Universidade Federal de Juiz de Fora

Profa. Dra. Janaína Nunes
Universidade Federal de Juiz de Fora

Profa. Dra. Letícia Torres
Universidade Federal de Juiz de Fora

A pergunta não é como, é quando.

(Dark)

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo principal explorar a criação de conteúdo utilizada nas estratégias transmidiáticas desenvolvidas para *Dark*, a primeira série alemã produzida pela *Netflix*, levando em consideração que trata-se de uma narrativa complexa. A hipótese aqui levantada é a de que o site interativo e os perfis oficiais de *Dark* no Instagram funcionam como estratégias de fidelização do público de *Dark* sendo criados com o intuito de facilitar a história da série, de forma que os espectadores/usuários compreendam a complexidade narrativa ao se aprofundarem nos conteúdos transmídias. Este estudo é fundamentado nas reflexões teóricas de Jenkins (2009), como a Cultura da Convergência e Narrativa Transmídia, de Mittel (2012) abordando o conceito de Narrativa Complexa, e de Domingos (2008) com a importância do *storytelling* na forma de contar histórias. Também são trazidas questões ligadas à experiência do usuário, em decorrência da produção de conteúdo nas plataformas digitais, e a paratextualidade, que funciona como um complemento do texto principal. A metodologia parte de uma sistematização da pesquisa e do levantamento do material de análise utilizando o método de estudo de caso.

Palavras-chave: Narrativa Transmídia. *Dark*. *Netflix*. Estratégias Transmidiáticas. Narrativa Complexa. Experiência do Usuário.

ABSTRACT

This research has as main objective to explore the creation of content used in the transmedia strategies developed for Dark, the first German series produced by Netflix, taking into account that it is a complex narrative. The hypothesis raised here is that the interactive website and the official profiles of Dark on Instagram work as strategies for the loyalty of Dark's audience, being created in order to facilitate the history of the series, so that viewers/users understand the complexity narrative when delving into transmedia content. This study is based on the theoretical reflections of Jenkins (2009), such as the Culture of Convergence and Transmedia Narrative, of Mittel (2012) approaching the concept of Complex Narrative, and of Domingos (2008) with the importance of storytelling in the way of telling stories. . Issues related to user experience are also brought up, due to the production of content on digital platforms, and paratextuality, which works as a complement to the main text. The methodology starts from a systematization of the research and the collection of analysis material using the case study method.

Keywords: Transmedia Storytelling. Dark. Netflix. Transmedia Strategies. Complex Narrative. User Experience.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

- Imagem 1** - *Flashback* de Helge, no 7º episódio da 1ª temporada
- Imagem 2** - Ouroboros em formato de um bracelete, no 4º episódio da 3ª temporada
- Imagem 3** - Cartela de abertura do 1º episódio da 1ª temporada.
- Imagem 4** - Cartela de abertura do 1º episódio da 2ª temporada.
- Imagem 5** - Cartela de abertura do 1º episódio da 2ª temporada.
- Imagem 6** - *Paradoxo de Bootstrap* mencionado em Dark, no 3º episódio da 2ª temporada.
- Imagem 7** - Frame da abertura da 1ª temporada de Dark
- Imagem 8** - Montagem paralela no 3º episódio da 1ª temporada.
- Figura 1** - Fluxograma do site de Dark.
- Imagem 9** - Página inicial do site de Dark.
- Imagem 10** - Página em que o usuário aceita os *cookies* do site.
- Imagem 11** - Página em que o usuário escolhe qual temporada deseja ter informações.
- Imagem 12** - Selecionando o 5º episódio da 1ª temporada no site de Dark.
- Imagem 13** - Selecionando o 8º episódio da 2ª temporada no site de Dark.
- Imagem 14** - Selecionando o 1º episódio da 3ª temporada no site de Dark.
- Imagem 15** - Árvore genealógica do 4º episódio da 1ª temporada.
- Imagem 16** - Árvore genealógica do 5º episódio da 1ª temporada.
- Imagem 17** - Árvore genealógica do 7º episódio da 2ª temporada.
- Imagem 18** - Árvore genealógica do 8º episódio da 2ª temporada.
- Imagem 19** - Árvore genealógica do 1º episódio da 3ª temporada.
- Imagem 20** - Arco narrativo do Mikkel, ao selecionar o 5º episódio da 1ª temporada.
- Imagem 21** - Sobre Charlotte Doppler, ao selecionar o 8º episódio da 2ª temporada.
- Imagem 22** - Sobre Martha Nielsen do universo alternativo, ao selecionar o 1º episódio da 3ª temporada.
- Imagem 23** - Menu de seleção do site de Dark.
- Imagem 24** - Perfil oficial de Dark no Instagram.
- Imagem 25** - Perfil de Dark da década de 1921 no Instagram.
- Imagem 26** - Perfil de Dark da década de 1953 no Instagram.
- Imagem 27** - Perfil de Dark da década de 1986 no Instagram.
- Imagem 28** - Perfil de Dark da década de 2019 no Instagram.
- Imagem 29** - Perfil de Dark da década de 2053 no Instagram.

Imagem 30 - Perfil não oficial de Dark da década de 2019, do universo paralelo, no Instagram.

Imagem 31 - Postagem no perfil da década de 2019 no Instagram.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 CONCEITOS DA COMUNICAÇÃO EM MEIOS DIGITAIS	13
2.1 CONVERGÊNCIA DE MÍDIAS	13
2.2 CONCEITUANDO A NARRATIVA TRANSMÍDIA	15
2.2.1 O MODELO DE STORYTELLING	18
2.3 A ESTRUTURAÇÃO DE UMA NARRATIVA COMPLEXA	19
2.4 PARATEXTOS E A EXPANSÃO DA NARRATIVA	23
3 A HISTÓRIA DA NETFLIX E DA SÉRIE DARK	26
3.1 NETFLIX E A CULTURA ON-DEMAND	26
3.2 A ERA DO BINGE-PUBLISHING: TUDO DE UMA SÓ VEZ	30
3.3 AS POLÍTICAS DE REGULAMENTAÇÃO DO STREAMING	32
3.4 DARK: A PRIMEIRA PRODUÇÃO ORIGINAL ALEMÃ DA NETFLIX	34
3.4.1 AS ESTRATÉGIAS TRANSMIDIÁTICAS UTILIZADAS EM DARK	36
4 A CRIAÇÃO DE CONTEÚDO TRANSMÍDIA NA SÉRIE DARK: UM ESTUDO DE CASO	38
4.1 NARRATIVA DE DARK COMO NARRATIVA COMPLEXA	40
4.1.1 ROMPIMENTO DA SEQUÊNCIA CRONOLÓGICA	40
4.1.2 VIAGEM NO TEMPO	42
4.1.3 PRESENÇA DE INTERTEXTOS	43
4.1.4 NARRAÇÃO VOICE OVER	46
4.1.5 UNIVERSOS PARALELOS	46
4.1.6 MULTILOTS	49
4.2 CONTEÚDO TRANSMIDIÁTICO DE DARK	51
4.2.1 SITE OFICIAL DE DARK	53
4.2.2 PERFIS OFICIAIS CRIADOS NO INSTAGRAM	67
4.3 ANÁLISE: PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PARA UMA NARRATIVA COMPLEXA	73
4.3.1 QUEM: O PÚBLICO-ALVO	75
4.3.2 O QUÊ: O PRODUTO	76
4.3.3 QUANDO: O TEMPO	77
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	79
REFERÊNCIAS	81

1 INTRODUÇÃO

O mercado audiovisual evolui em sintonia com os avanços tecnológicos, resultando em mudanças significativas na produção e no consumo de conteúdo. Neste cenário, surge um novo tipo de espectador, que deixa para trás a busca pelo entretenimento baseado na programação televisiva diária em favor do consumo de conteúdos audiovisuais que ele mesmo é capaz de selecionar e visualizar no momento e no lugar de sua escolha (MITTEL, 2012).

A distribuição de conteúdo sob demanda através de diversas plataformas acabou se tornando uma realidade, que tem sido rapidamente assumida pela indústria mundial. Nos últimos anos, acompanhamos o surgimento de grandes plataformas de *streaming*, como a Netflix – empresa a qual será contextualizada e mencionada nesta pesquisa –, que caracteriza o cenário audiovisual atual ao distribuir conteúdos audiovisuais que podem ser acessados a qualquer momento. Além disso, dois tipos de conteúdo que vêm ganhando força são a produção de conteúdo original, que se tornou marca de identidade e fidelização para os seus assinantes, e a criação de conteúdo complementar distribuída por outros canais digitais e relacionada a séries que estão sendo distribuídas, conhecida também como narrativa transmídia, de acordo com Jenkins (2009).

À medida que novas produções são desenvolvidas, surge uma nova cultura de entretenimento com foco na audiência além do produto, ou seja, o conceito de fidelização de audiência evolui para uma dimensão que valoriza um espectador que não é apenas "viciado" no consumo destas séries, mas também busca uma experiência personalizada em múltiplas plataformas.

Visando tais fatores, esta pesquisa foca seu objeto de estudo na criação de conteúdo das plataformas criadas para a série *Dark*, a primeira produção original alemã da Netflix que conta com três temporadas. Este estudo é abordado a partir de uma nova perspectiva que implica aprofundar como as estratégias transmidiáticas realizadas nas plataformas, tanto do site interativo quanto nos perfis do Instagram, ajudam a facilitar o entendimento da narrativa complexa e, de que forma, elas estimulam a criação de conteúdo da história da série alemã dentro de cada plataforma em um novo diálogo narrativo interativo.

O ponto de partida para a construção da pesquisa é iniciado no capítulo 2 denominado Conceitos da Comunicação em Meios Digitais. Nesta seção, abordaremos conceitos teóricos, ideias e reflexões sobre convergência de mídias, narrativa transmídia, o

conceito de *storytelling*, narrativa complexa e a paratextualidade, contribuindo para que o leitor compreenda os próximos capítulos e, posteriormente, a análise do estudo.

No capítulo 3, apresentamos o tema A história da Netflix e da série Dark. Neste tópico, buscamos definir o conceito de *streaming*, compreender o cenário do mercado de *streaming*, com foco na regulamentação do serviço, e descrever o enredo da série alemã pela perspectiva de uma narrativa complexa, além de abordar o conceito de *binge-publishing* e a sua relação com a criação do site interativo e de perfis no Instagram dedicados à produção alemã.

Após a apresentação dos conceitos dos temas que norteiam a pesquisa, descrevemos a metodologia, as técnicas de coleta de dados e as técnicas de análise de dados no capítulo 4. Para desenvolver a monografia proposta, partimos de uma sistematização da pesquisa e do levantamento do material de análise utilizando o método de estudo de caso, com base nos escritos de Luís Martino (2018).

Para alcançar o objetivo geral, foi necessário propor três objetivos específicos: identificar os motivos pelo qual Dark é considerada uma narrativa complexa; analisar o site como paratexto da série e seu espaço de interatividade; e, por fim, examinar o tipo de estratégia criada para os perfis de cada ano de Dark no Instagram. Todo esse caminho é feito para analisar a criação de conteúdo utilizada nas estratégias transmidiáticas de Dark. Ao analisar cada uma das estratégias, foi necessário escolher 3 arcos narrativos da série para entender a forma que estão sendo explorados dentro das plataformas e a trajetória feita pelo usuário para entender cada um. Vale ressaltar que esta pesquisa contém *spoilers* sobre a série.

Por fim, no capítulo 5, mostramos os resultados e reflexões da pesquisa, que se baseiam na categorização de narrativas complexas e no recorte das estratégias transmidiáticas. Desta forma, as considerações finais apontam que uma dessas estratégias consegue conectar o usuário com a série, gerando uma proximidade e um envolvimento maior com o universo ficcional, enquanto a outra funciona apenas como um suporte para reconectar o espectador que assiste ou já assistiu a série alemã.

2 CONCEITOS DA COMUNICAÇÃO EM MEIOS DIGITAIS

Diante de um cenário que envolve a chegada de novas mídias originadas a partir do surgimento da internet e, conseqüentemente, a transformação das mídias tradicionais já existentes, este capítulo pretende abordar o termo convergência de mídias e a forma como os conteúdos foram sendo desenvolvidos em diversas plataformas, a partir do conceito de narrativa transmídia. Além disso, propõe-se descrever o conceito de *storytelling*, dissertar sobre a narrativa complexa – ocasionada por este cenário midiático convergente e transmidiático –, e aprofundar na definição de paratextualidade, para contribuir no desenvolvimento dos próximos capítulos e, posteriormente, para a análise deste estudo.

2.1 CONVERGÊNCIA DE MÍDIAS

Com o desenvolvimento das tecnologias e o surgimento da internet e de novas mídias, os meios de comunicação, que já existiam, se sentiram forçados a se adaptar através do crescimento de novas técnicas de transmissão de informações. A partir deste cenário de transformações, é estabelecido a cultura da convergência, que, segundo o pesquisador Henry Jenkins (2009) pode ser compreendida como um meio “(...) onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produto de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (JENKINS, 2009, p. 27).

Esta imprevisibilidade a qual o autor se refere se dá, principalmente, em relação a mudança do papel do receptor de mídias para um comportamento mais ativo, mais questionador e, também, para um possível produtor de conteúdo. Para Jenkins (2009), a convergência de mídias resulta no encontro entre os diferentes canais midiáticos e essa interação de forma inesperada entre os produtores e os consumidores de mídia. Segundo o autor, estamos imersos em uma cultura da convergência:

A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. Lembrem-se disto: a convergência refere-se a um processo, não a um ponto final. Não haverá uma caixa preta que controlará o fluxo midiático para dentro de nossas casas. Graças à proliferação de canais e à portabilidade das novas tecnologias de informática e telecomunicações, estamos entrando numa era em que haverá mídias em todos os lugares. A convergência não é algo que vai acontecer um dia,

quando tivermos banda larga suficiente ou quando descobrirmos a configuração correta dos aparelhos. Prontos ou não, já estamos vivendo numa cultura da convergência. (JENKINS, 2009, p. 41).

Pode-se considerar que os dispositivos móveis são objetos tecnológicos que já estão incorporados no cotidiano das pessoas. No momento em que vivemos, nota-se o quanto os dispositivos móveis tornaram-se fundamentais no processo de convergência das mídias. Porém, Jenkins (2009) reforça a ideia de que a convergência não deve ser vista apenas como um processo tecnológico ou uma ferramenta de suporte midiático, que conecta diversas funções dentro de aparelhos. A convergência deve representar uma “(...) transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos” (JENKINS, 2009, p. 28). Desta forma, o fluxo de conteúdos transmitidos pelas diversas plataformas midiáticas depende da participação ativa desses consumidores e de suas interações sociais com outros.

A circulação de conteúdos midiáticos introduz dois aspectos, um que depende das estratégias das empresas de mídia e outro que está sujeito às táticas de apropriação dos consumidores. Sobre a convergência de mídias, Jenkins (2009) explica que ela não se resume somente ao poder das empresas. O autor enfatiza também a relevância e importância do público nesse conceito: “A convergência, como podemos ver, é tanto um processo corporativo, de cima para baixo, quanto um processo de consumidor, de baixo para cima. A convergência corporativa coexiste com a convergência alternativa” (JENKINS, 2009, p. 44).

Além de assumir formas distintas na recepção da mensagem, esta tecnologia midiática também permite que o mesmo conteúdo seja transmitido por vários canais diferentes. Não há mais centralidade de uma mídia só, segundo Massarolo e Mesquita (2014):

Diante da difusão cada vez maior de conteúdos pessoais dispersos por várias mídias e disponibilizados nas nuvens, as plataformas para acesso e compartilhamento de informação tornam-se cada vez mais convergentes e personalizadas [...] não há mais a centralidade de uma mídia, mas uma miríade de aparelhos e dispositivos móveis que cumprem funções similares (MASSAROLO; MESQUITA, 2014, p.7).

Trazendo uma abordagem similar, Jenkins (2009) define a convergência como sendo o fluxo de conteúdo das plataformas midiáticas, ou seja, trata-se do uso de diversas plataformas de mídia como uma forma de aumentar o alcance da divulgação da mensagem. Deste modo, na convergência de mídias, todo consumidor é desejado por diversas plataformas

e para captar a atenção desse público, é preciso investir em conteúdos e estratégias das plataformas que garantam o interesse e a participação de quem deseja atingir.

Sintetizando, a partir da convergência midiática, os usuários deixam de ter a figura de receptor e de apenas consumir as informações que lhe são distribuídas e começam a também expressar suas opiniões. Um bom exemplo para esse processo de mídiatização são as interações que ocorrem entre usuário e marca nas redes sociais, em plataformas como *Instagram* e *Twitter*. Quando o consumidor não se sente satisfeito com algum produto ou serviço, ele tem a possibilidade de expor sua opinião na internet, através de um *post*¹, *story*² ou um *tweet*³, por exemplo. A capacidade de repercussão pode ser tão grande, que as empresas passaram a se preocupar com esse poder, ouvindo seus consumidores e levando em consideração seus depoimentos como *feedbacks* positivos ou negativos.

Pode-se dizer que a convergência de mídias alterou o consumo dos usuários de entretenimento desde os anos 2000, por ter mudado as formas como esses espectadores procuravam e procuram por um conteúdo interessante. Mais do que se limitar a um controle remoto, a convergência midiática amplia o poder de escolha do espectador e dá uma certa autonomia midiática a ele, podendo escolher o que assistir, onde assistir e como assistir, por exemplo. Mas, sobretudo, Jenkins (2009) reforça que nada disso seria possível se não tivesse existido interações a partir dos dois lados: do produtor de conteúdo em compartilhar seus trabalhos em outras plataformas e do espectador em ter disponibilidade, interesse e ferramentas para facilitar esse acesso.

É justamente nesse contexto de integração e cruzamento entre as mídias tradicionais e novas que a convergência de mídias se amplia para a convergência digital (JENKINS, 2009), muitas vezes podendo ser estruturada como narrativa transmídia, um fenômeno que permite que as histórias se espalhem de uma mídia para a outra, compartilhando e expandindo a história central, tendo o envolvimento ativo do público.

2.2 CONCEITUANDO A NARRATIVA TRANSMÍDIA

A partir da convergência de mídias então, se dá a noção de narrativa transmidiática ou transmídia. A elaboração desse conceito foi desenvolvida quando Jenkins usou o termo para denominar tudo o que pode ser criado, ou transformado, a partir de uma

¹ Conteúdo criado e publicado em alguma rede social da internet.

² Conteúdo postado na rede social Instagram, que desaparece após 24 horas e pode ser publicado no perfil de qualquer conta.

³ Mensagem publicada na rede social Twitter, que pode conter um texto corrido, imagens, gifs e/ou um vídeo.

mídia. O termo apresentado refere-se ao decorrer de uma história “[...] através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo” (JENKINS, 2009, p. 138). Em entrevista a Thiago Mittermayer, autor da pesquisa “Narrativa transmídia: uma releitura conceitual e prática”, Gosciola argumenta:

Narrativa transmídia não é crossmedia, ela não é moda ou mania; narrativa transmídia é uma estratégia de comunicação; essa estratégia organiza uma história, dividindo-a em partes, ou até expandindo-as, e as oferece ao público por meio das plataformas que melhor possam expressá-las, ainda que de modo independente, mas garantindo o máximo de coerência entre elas e, sempre que possível, fazendo o melhor uso da cultura colaborativa e da participação dos fãs. (GOSCIOLA, 2013 apud MITTERMAYER, 2016, p. 57)

Quando trata-se de narrativa transmídia, o intuito é não existir redundância entre as plataformas, e sim complemento entre elas, em função da relação que se pretende desenvolver com os fãs. Ou seja, eles não querem encontrar os mesmos conteúdos ou vivenciar as mesmas experiências em plataformas diferentes. Pelo contrário, eles pretendem obter novas informações que vão ajudá-los a montar uma bagagem maior e mais surpreendente sobre a narrativa como um todo; coletando pequenos elementos em plataformas distintas que no final irão se complementar em um cenário maior.

Quando um conteúdo é autônomo e fragmentado para diferentes meios de comunicação é possível entender que não há uma sequência obrigatória de consumo entre as mídias. Palacios e Terenzo (2016), trazem outra perspectiva sobre a narrativa transmídia: “Quando a não linearidade passa a transbordar de uma mídia para a outra, temos o que se chama de campanha transmídia. Além de estranho, o termo também é impreciso. Pode dar a ideia de replicar uma história em diferentes mídias. Mas não é isso.” (p. 337). Desta forma, não ser linear ou não ter uma sequência obrigatória fazem parte das características de uma narrativa transmídia, porém os fragmentos das histórias existem para que os consumidores possam fazer as conexões e vivenciar essas experiências em seu próprio ritmo e à sua própria maneira (JENKINS, 2009).

Para entender mais a fundo o conceito de narrativa transmídia, segundo Jenkins (2009),

Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor - a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para

gostar do game, e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo. (JENKINS, 2009, p. 138).

Assim, pode-se dizer que os produtos decorrentes dos processos transmidiáticos têm por objetivo aprofundar a relação dos fãs com seus objetos de desejo (neste caso, a série *Dark*), tornando não só expansível seu universo, mas também trazendo novas informações sobre a história. Essa exclusividade de maneira autônoma em produtos independentes faz com que os fãs obtenham uma compreensão específica e pessoal sobre determinados aspectos da narrativa, além de sentirem-se estimulados a interagirem com ela a partir de suas experiências individuais com cada meio de comunicação.

Para a comunicação de uma série de *streaming*, é possível explorar os personagens principais, transformar as viagens no tempo em jogos, a memória de saber quem é cada personagem em épocas diferentes, extraíndo de cada plataforma o melhor que tem a oferecer. A prática da narrativa transmídia acaba criando diferentes receptores, tanto em relação ao conteúdo quanto pelo meio de comunicação utilizado. Desta forma, essa narrativa tem uma lógica de explorar a pluralidade de mídias e respeitar a característica e o perfil de público de cada plataforma, disseminando conteúdo em partes e criando produtos transmídia a fim de conquistar públicos diferentes (JENKINS, 2009). Assim, a narrativa transmídia pode ser dirigida a públicos específicos de acordo com cada mídia.

Além de expandir e diversificar as narrativas, a transmídia pode ser utilizada como uma estratégia de marketing eficaz para empresas e organizações, visto que o processo pode ser útil para “aprender a acelerar o fluxo de conteúdo de mídia pelos canais de distribuição para aumentar as oportunidades de lucros, ampliar mercados e consolidar seus compromissos com o público” (JENKINS, 2013, p. 46). Esta última inclusive pode ser considerada uma das maiores estratégias por trás do site interativo e dos perfis no Instagram de *Dark* como narrativas transmidiáticas que será falada mais pra frente.

Além de estreitar a relação com a audiência e gerar engajamento para o conteúdo, essas estratégias são contribuídas pelos fãs engajados, que ajudam a ampliar o alcance do conteúdo transmitido. Ainda assim, Jenkins, Ford e Green (2014) acreditam que as empresas podem forjar relacionamentos apenas para se beneficiarem com o novo relacionamento que foi estabelecido :

Concordamos que as empresas exploram com cinismo, às vezes, o desejo do público de ‘participar’, de modo a servir para fins comerciais, ao passo que cedem muito pouco controle para aqueles que participam, além de raramente adotarem práticas mais participativas por motivos puramente altruístas (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 208).

Scolari (2009) enfatiza que a marca pode produzir um discurso – no caso desta pesquisa, uma narrativa -, dar significado a ele, e comunicar isso para o público. Sendo assim, é como definir um padrão adequado à sua narrativa, comunicando-se através do *storytelling* e expandindo a narrativa tendo em mente uma estratégia transmídia. Neste momento, por ser mais do que um conteúdo transmídia, a marca deve se posicionar como transmidiática, produzindo conteúdos e produtos que reforçam a história da mesma em diversas plataformas.

2.2.1 O MODELO DE STORYTELLING

Sobre a perspectiva conceitual de *storytelling*, pode ser considerada “uma ferramenta de comunicação estruturada em uma sequência de acontecimentos que apelam a nossos sentidos e emoções” (NUNEZ, 2007 apud XAVIER, 2015, p. 11). Uma simples cena é uma micro-história diante de um universo gigante contada por uma plataforma de *streaming* através da narrativa de *storytelling*. Dentro de uma cena, um episódio ou uma temporada, há diversas histórias de superação, aventura, frustração, felicidade, que podem ser exploradas a partir de uma narrativa que se preocupe com a emoção dos espectadores, gerando, assim, partilha, alcance e, de certa forma, maior presença digital.

De acordo com Massarolo e Mesquita (2014), “a área de marketing, para suprir as demandas de transmídiação de conteúdos, utiliza como principal estratégia comunicacional e discursiva, o *storytelling* das marcas” (p. 8). Sendo assim, criar histórias sobre marcas é uma forma de envolver uma movimentação do público a partir dessas narrativas, de uma forma que haja identificação, participação e engajamento diante de tais conteúdos. É preciso ressaltar que não existe narrativa transmídia sem o envolvimento ativo do público. Por meio de uma variedade de plataformas de mídias, essa narrativa precisa envolver o público em um universo próprio para criar um ambiente em que ele atue e se sinta parte.

O *storytelling* é uma estratégia de persuasão que pode ser perfeitamente aplicada ao período da convergência, que transborda histórias em diversas mídias, instrumentalizando o ato de narrar histórias para melhor atender aos espectadores que transitam entre as plataformas. São narrativas cheias de emoções que buscam relacionar a história de vida, no caso deste presente estudo, da série, com as lutas diárias do receptor. Não basta informar, também é necessário se emocionar.

Conforme cita Domingos (2008), *storytelling* não é um texto narrado de modo simples, como se narram histórias para entreter crianças, por exemplo, mas uma maneira

subconsciente de impor ideias. Trata-se de uma estratégia de comunicação que permite uma conexão entre o emissor e o receptor, - no caso deste estudo, série e espectador -, visto que esse recurso engaja e estimula o público a acompanhar as narrativas (DOMINGOS, 2008).

É preciso considerar a narrativa em si, com suas propriedades linguísticas e na construção semântica, bem como nos contextos midiáticos e culturais, que o *storytelling* estará inserido, de forma que cada meio seja considerado de acordo com suas características e, principalmente, potencialidades. A partir do momento que o potencial de cada plataforma é evidenciado, é reforçado o uso de mídias convergentes para contar uma história, otimizando a informação para melhor atender o público.

2.3 A ESTRUTURAÇÃO DE UMA NARRATIVA COMPLEXA

O cenário midiático convergente e transmidiático promove a alteração da imagem do espectador televisivo e possibilita a evolução de uma nova narrativa. O receptor deixa então de ser somente um simples leitor/espectador, apresentando essa figura muitas vezes por motivos de limitações tecnológicas ou interativas com pouquíssimos recursos, e passa a ter uma participação mais ativa. Conhecido como “usuário” por Gosciola (2004) em seu artigo “Roteiro para as Novas Mídias”, o autor ainda relata que essa imagem se desenvolveu a partir de uma nova forma de contar histórias:

Novas tecnologias de comunicação e de informação, ou novas mídias, abriram-se também para as possibilidades de contar histórias. Assim como no caso do cinema, no período inicial do contar histórias através das novas mídias, as histórias eram mais simples. Porém, agora, elas são contadas de maneira complexa, isto é, graças aos recursos das novas mídias, podem ser apresentados por diversos pontos de vista, com histórias paralelas, com possibilidades de interferência na narrativa, com opções de continuidade ou descontinuidade da narrativa e muito mais. E não há mais condição de chamar simplesmente de leitor aquele que tem contato com uma história estruturada pelas novas mídias. Comumente, ele é chamado de usuário. (GOSCIOLA, 2004, p. 2).

Estudando especificamente as narrativas seriadas da televisão norte-americana, Jason Mittell (2012), no artigo “*Narrative complexity in contemporary american television*”, considera que as transformações na indústria midiática, nas tecnologias e no comportamento dos espectadores, embora não tenham sido a razão principal dessa inovação, coincidiram com o surgimento da complexidade narrativa, uma nova forma de entretenimento televisivo que tem surgido nas últimas duas décadas. Esse modelo de *storytelling* é diferenciado por usar a

estruturação de uma narrativa complexa ao invés da forma convencional existente que caracterizou a maior parte da programação televisiva atual, desde a sua formação. Mittel considera que essas novas formas complexas não substituem as narrativas convencionais, mas que “um número suficientemente bem difundido de programas opera contra as práticas narrativas convencionais utilizando um conjunto de técnicas de narração” (MITTEL, 2012, p. 3).

O autor identifica esse formato narrativo inovador em seriados como *Lost* (2004), *The Simpsons* (1989), *Seinfeld* (1989), *Veronica Mars* (2004), entre outros, além das séries produzidas por canais fechados como a HBO. Atualmente, a Netflix produz diversas séries que envolvem uma narrativa complexa, como é o caso da vencedora do *Emmy Awards*⁴, a norte-americana *Orange Is The New Black* (2013). A série foi a segunda produção original da Netflix e um dos maiores sucessos da plataforma de *streaming*. Disponibilizar séries com uma estrutura complexa no formato *on demand* permite uma nova experiência ao usuário principalmente pela distribuição do conteúdo, por estar se contrapondo ao modelo televisivo convencional. Desta forma, Mittel (2012) destaca que:

As tecnologias que permitem variação no tempo da exibição, como os videocassetes e gravadores de vídeo digitais, possibilitam aos espectadores escolherem quando querem assistir a um programa. E, um dado mais importante no sentido da construção da narrativa, eles podem rever episódios ou partes deles para analisar momentos complexos (MITTEL, 2012, p. 7).

O formato *on demand* e a distribuição via *streaming* são a evolução dos videocassetes e gravadores de vídeo. Ou seja, o consumidor não perde o conteúdo, diferentemente do que acontece no modelo tradicional de televisão, em que este é exibido somente uma vez, na íntegra. Percebendo o potencial das narrativas complexas, as plataformas de *streaming*, como a Netflix, começaram a se preocupar em aplicar essa estrutura nas suas produções e séries originais.

Afinal, o que é exatamente a narrativa complexa? Na década de 60, a maioria dos episódios das séries exibidas em horário nobre eram autônomos, “introduzindo uma crise temporária na vida dos protagonistas, mas tendo que terminar mais ou menos como tinha começado” (JENKINS, 2006, apud SOARES, 2015, p. 27). Sobre a complexidade narrativa, Mittel (2012) a interpreta como sendo uma redefinição na estrutura dos episódios como resultado da influência da narrativa serializada, que é contada pouco a pouco a cada episódio

⁴ Trata-se de uma premiação que elege programas e profissionais de televisão que mais se destacaram nas categorias presentes.

– não se trata de uma união completa de um formato episódico ou de um seriado, mas sim de um equilíbrio entre os dois. Desta forma, ela rejeita a necessidade de um fechamento na trama em cada episódio, característica essencial do formato episódico convencional, e prefere histórias com senso de continuidade e que abrangem uma variedade de gêneros.

A narrativa serializada complexa traz novas possibilidades na forma de contar um enredo. Conforme relata Mittel (2012), o tamanho da duração das séries televisivas impacta em um melhor aprofundamento dos personagens, idas e vindas no roteiro, continuidade no enredo, conflitos sendo solucionados lentamente e outras inovações que não conseguem estar inseridas em um filme de duas horas, por exemplo. Por outro lado, podemos encontrar narrações filmicas que fazem parte dessa linha de *puzzle films*⁵, como é o caso de *Amnésia* (2001), dirigido por Christopher Nolan, em que a história é contada de uma forma não-linear e a primeira cena do filme é também a última, ou seja, tendo as suas ações cinematográficas apresentadas em ordem invertida.

Em resumo, programas com narrativas complexas fazem uso de um grande número de recursos de *storytelling* que, não necessariamente são exclusivos desta estrutura, mas que são considerados mais a regra do que a exceção por serem usados com bastante frequência e regularidade (MITTEL, 2012). Neste sentido, faremos uso da série espanhola *La Casa de Papel* (2017), exibida originalmente pela emissora Antena 3 da Espanha e tendo os seus direitos comprados pela Netflix em dezembro de 2017, para exemplificar algumas estratégias que são apontadas nas narrativas complexas. A série conta a história de um assalto à Casa da Moeda na Espanha, mantendo 67 pessoas reféns para imprimir bilhões de euros. Segundo Mittel (2012), analepses, alterações cronológicas, ou os chamados *flashbacks* são aplicados com a função de realizar uma retrospectiva para ver ou rever acontecimentos do passado em comparação ao tempo presente da história. Em *La Casa de Papel*, o uso de *flashbacks* é frequente, já que, segundo Genette (1979), “uma das funções da narrativa é cambiar um tempo num outro tempo” (p. 31). Enquanto a série narra o roubo, é mostrado detalhadamente todo o planejamento e o preparo que antecedem o assalto, além da história dos criminosos ser apresentada junto com as motivações de cada um para terem se envolvido nesse crime. Ainda sobre as estratégias, aprofundar a vida interna de um personagem é uma delas (MITTEL, 2012). A série constrói muito bem uma conexão dos assaltantes com o espectador. Mostrando a personalidade de cada um, pode-se dizer que é impossível não se

⁵ Filmes em que é preciso unir todas as peças de um quebra-cabeça composto por cenas que se misturam no tempo, para entender aquilo que realmente aconteceu.

identificar com alguns dos dramas e conflitos dos personagens. A narração com *voice over*⁶ também é uma estratégia utilizada para dar um tom emocional e mostrar a narrativa através de certas perspectivas. Na série espanhola, isso não seria diferente. A personagem Tóquio (Úrsula Corberó) relata toda a história a partir do seu ponto de vista, ou seja, assistimos ao programa inteiro pelo ponto de vista dos assaltantes; adicionando mais um motivo para nos aproximar dos criminosos. Um último fator que contribui para a complexidade e que merece destaque, é a constante presença de intertextos. Na série aqui analisada, personagens vestem máscaras do pintor Salvador Dalí, o que remete a um exemplo de intertextualidade com a presença do artista surrealista na trama. Portanto, todos esses recursos apresentados evidenciam a forma como um programa está usando convenções não tão convencionais para uma narrativa complexa.

Diante desta argumentação, podemos perceber que a estrutura simples, a chamada convencional, é o contrário de um modelo complexo. Ela se destaca também pela presença de uma sequência lógica e linear da trama, na qual tudo é mostrado de forma nítida e transparente, não dando ênfase a fatos que exigiriam esforço do espectador para que ele fosse capaz de desvendar tal mistério (RODRIGUES, 2016). Por outro lado, os programas de narrativas complexas não têm medo de causar uma confusão temporária ou gerar momentos de desorientação nos espectadores, justamente por estarem possibilitando que eles estimulem a habilidade de compreender as regras internas dos programas narrados complexamente:

Podemos ficar temporariamente confusos em alguns momentos de *Lost* ou de *Alias*, mas esses programas demandam de nós que confiemos que a recompensa virá eventualmente no instante da compreensão complexa, mas coerente, e não a ambiguidade e causalidade questionável de muitos filmes de arte (BORDWELL, 1995 apud MITTEL, 2012, p. 19).

Conclui-se que este ramo do *storytelling* televisivo encoraja o público a ser mais engajado ativamente, além de oferecer uma quantidade mais diversa de recompensas em comparação a maior parte da programação televisiva. Dito isso, a evolução de narrativas complexas, tanto na TV quanto na distribuição via *streaming*, também está associada ao surgimento deste tipo de engajamento com o produto, conforme é descrito por Mittel (2012), em que espectadores abrem discussões e teorias sobre as narrativas em diversas redes sociais e fóruns da internet:

⁶ Recurso audiovisual em que uma voz é usada para narrar uma história – a pessoa é ouvida, mas não é vista na tela.

As transformações tecnológicas distantes da tela da televisão também impactaram a narrativa televisiva. A ubiquidade da internet permitiu que os fãs adotassem uma *inteligência coletiva* na busca por informações, interpretações e discussões de narrativas complexas que convidam à participação e ao engajamento (MITTEL, 2012, p. 7).

Esta participação ativa dos espectadores pode ser considerada um estímulo por parte das plataformas de *streaming*, visto que o espectador pode ver e rever os programas a qualquer momento, dar *pause* nas cenas que quiser e até fazer “maratonas”, o que permite a visualização dos episódios em sequência, com os ganchos narrativos frescos na memória. Desta forma, as ideias de Mittel (2012), a respeito desse engajamento ativo, se entrelaçam com a de Jenkins (2009), de acordo com a *inteligência coletiva*. Ambas enfatizam a necessidade do uso de plataformas para estimular e ampliar a participação dos usuários nos universos ficcionais. A definição da complexidade narrativa por Mittel e da narrativa transmídia por Jenkins garantem experiências profundas ao público, de modo que a Netflix entra nesse time de mídias tecnológicas promovendo a distribuição e investindo na complexidade ficcional.

Podemos concluir então que o mais impressionante e diferenciado nesses programas de narrativa complexa não são as histórias contadas, mas sim as estratégias narrativas que são utilizadas por trás dos enredos em que os espectadores são capazes de acompanhar e ter o prazer de serem manipulados de forma bem-sucedida.

2.4 PARATEXTOS E A EXPANSÃO DA NARRATIVA

Em seu livro *Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling*, Mittel (2015) discute a relação de hierarquia entre os diferentes textos que fazem parte da narrativa transmídia. O autor nomeia “texto” como sendo a história de origem ou principal e “paratexto”, as expansões dessa narrativa. Mittel explica ainda que, sob a narrativa transmídia ideal de Jenkins, não haveria distinção entre textos e paratextos, e todos os textos seriam considerados iguais, ganhando o termo de transmídia equilibrada. Já para ele, fica claro que nesta perspectiva, é possível separar a mídia principal das suas expansões, envolvendo diferentes textualidades no contexto. Mittel diferencia, assim, o conceito de transmídia equilibrada de Jenkins do modelo apresentado por ele, denominado transmídia desequilibrada:

É útil distinguir entre o ideal proposto por Jenkins de transmídia equilibrada, sem que uma única mídia ou texto tenha um papel principal sobre as outras, e o modelo mais comum de transmídia desequilibrada, com um texto central

claramente identificável e um número de extensões transmídia periféricas que podem estar mais ou menos integradas ao todo narrativo, reconhecendo que a maioria dos exemplos se encontram em algum lugar no espectro entre equilíbrio e desequilíbrio. Assim, na compreensão da televisão transmídia, podemos identificar as séries de origem televisiva como o texto central, com as extensões transmídia servindo como paratextos, nesse caso claro de transmídia desequilibrada. (MITTELL, 2015, p. 294).

Isto posto, podemos observar que a função do uso da transmidialidade feita pelos grandes grupos midiáticos e estudos diversos pode ser diferente. Enquanto Jenkins (2009) determina uma lógica econômica de indústria de comunicação e puro entretenimento, Mittel (2015) expressa a lógica de um sistema de televisão comercial, que trabalha para reinventar o setor televisivo e possibilitar o aumento dos espectadores a partir da expansão dos pontos de acesso aos seus produtos, ao fazer com que essas extensões transmídia sirvam como paratextos para o texto central, originado na televisão.

Outras definições da paratextualidade são possíveis. Segundo Genette (2009), em um estudo mais próximo da literatura, que também nos auxilia na discussão aqui proposta, o paratexto é "aquilo por meio de que um texto se torna livro e se propõe como tal a seus leitores, e de maneira mais geral ao público" (p. 9). Nessa perspectiva, há uma ligação existente do texto com a estrutura que o envolve inicialmente, que ajuda na contribuição para que esse texto engrandea e produza sentido de uma outra forma, diferente da original. O autor ainda cita os seguintes elementos como componentes do paratexto:

Título, subtítulo, intertítulos, prefácios, posfácios, advertências, prólogos, etc.; notas marginais, de rodapé, de fim de texto; epígrafes; ilustrações; errata, orelha, capa, e tantos outros tipos de sinais acessórios, autógrafos, que fornecem ao texto um aparato (variável) e por vezes um comentário, oficial ou oficioso, do qual o leitor, o mais purista e o menos vocacionado à erudição externa, nem sempre pode dispor tão facilmente como desejaria e pretende. (GENETTE, 1982, p. 9)

A partir desses elementos, Genette (2009) afirma que existem duas modalidades de paratexto: o peritexto e o epitexto. O primeiro se refere a uma categoria que desenvolve a continuidade ou unidade da obra. Os itens do peritexto estão dentro do próprio espaço da obra, podendo ser considerados o nome do autor, o título, subtítulos, capa, ilustrações, entre outros, tendo o objetivo de identificar tal obra e apontar o conteúdo de que se trata. Já o epitexto, que também está envolvido na obra, se diferencia por optar, de certa forma, por não ter continuidade em relação à obra. Seus elementos são divididos entre público, como entrevistas do autor e resenhas, ou privado, como correspondências e diários que podem agregar à obra. Todos esses elementos não devem ser vistos como fragmentos menores da

obra, já que também carregam a força discursiva do texto principal. Eles têm como objetivo apresentar e personificar a obra (GENETTE, 2009).

Na situação midiática atual, podemos exemplificar novos formatos de paratextos criados pela tecnologia e o mercado publicitário. A quantidade de informações e de mensagens que alcançam os seus receptores são ilimitadas. Jonathan Gray (2010) aponta que as cidades são rodeadas de anúncios, *previews*, *trailers*, entrevistas com criadores, *podcasts*, discussões na internet, jogos, DVDs, CDs, campanhas de marketing de divulgação, *fandoms*, além de muitos outros. Gray estuda o trabalho das mídias e seus paratextos em relação ao fluxo comunicacional contemporâneo, e afirma que:

Hype e sinergia são abundantes, formando ruas, pontes e rotas comerciais no mundo da mídia, mas também muitos de seus parques, praias e locais de lazer. Eles nos falam sobre o mundo da mídia em torno de nós, nos preparam para esse mundo, e nos guiam entre suas estruturas, mas eles também o preenchem com significado, ocupam muito do nosso ver e pensar o tempo, e nos dão os recursos com os quais vamos tanto interpretar quanto discutir esse mundo. (GRAY, 2010, p. 1)

Incentivando a participação ativa e o envolvimento com o seu público-alvo, as ações e franquias transmidiáticas utilizam de paratextos desse tipo para dar mais valor a sua audiência. As empresas e grandes marcas avaliam esses recursos como fontes que podem impactar no aumento do alcance de um conteúdo narrativo. Filmes lançam edições de jogos, linhas de brinquedos, artigos de colecionador, sites interativos e muitos outros meios que fazem com que o público interaja com o conteúdo em seu cotidiano.

De acordo com Gray (2010), cada reprodução de mensagem passa a aumentar um aspecto do texto através de uma comunicação de massa e acrescentando algo novo e diferente. A função não é só simplesmente dizer para que comprem um produto ou um serviço, mas as empresas optam por criar uma vida, um personagem e um significado criando uma conexão com o seu consumidor e mantendo todos os produtos, tangíveis ou não, em suas mentes.

3 A HISTÓRIA DA NETFLIX E DA SÉRIE DARK

Este capítulo busca descrever o cenário do mercado de *streaming*, enfatizando a plataforma Netflix, e apresentar o enredo da série alemã Dark - objeto empírico desta pesquisa - e suas estratégias transmidiáticas, a partir de aspectos que dizem respeito à regulamentação do serviço, a concorrência no mercado e os recursos oferecidos para os espectadores de Dark. Para isso, busca-se inicialmente a definição do conceito de *streaming*, a descrição da história da Netflix e a sua evolução de distribuidora a produtora de conteúdo, e a explicação a respeito da relevância da plataforma para a posterior contextualização do cenário das plataformas de vídeos sob demanda regulamentadas ou não no Brasil e em outros países. Em seguida, propõe-se descrever a trama de Dark, pela perspectiva de uma narrativa complexa e o conceito de *binge-publishing*, bem como a sua relação com a criação do site e de perfis no Instagram dedicados à produção alemã.

3.1 NETFLIX E A CULTURA *ON-DEMAND*

O futuro das mídias tradicionais volta a se tornar pauta durante o surgimento e desenvolvimento da cultura online e tecnológica, a chamada cibercultura⁷. Há novas maneiras de assistir à televisão, de conectar pessoas e culturas através da internet, de produzir e distribuir conteúdo mundialmente, entre outras transformações midiáticas. Essa nova relação entre a técnica e a vida social, que Lemos (2002) afirma referindo-se à cibercultura, coloca em questão o consumo de produções audiovisuais que ainda está em transformação. A partir dos anos 2000, segundo Chuck Tryon (2013), as mudanças contínuas na forma de consumir e distribuir produtos audiovisuais têm incentivado o que ele chama de uma “cultura *on-demand*” (cultura sob demanda), que oferece aos espectadores novas formas de acesso imediato a filmes e programas de televisão, além de ser uma cultura marcada pela particularidade de cada consumidor, pela movimentação entre plataformas e pelos conteúdos estarem presentes ao mesmo tempo em diversos lugares.

Grande fomentadora da cultura *on-demand* é a tecnologia *streaming*, que trata-se da transmissão instantânea de dados pela internet, principalmente de áudio e vídeo, sem a necessidade de baixar o conteúdo. O *streaming*, que se desenvolveu a partir da década de 1990 e ganhou popularidade nos anos 2000, deve seu sucesso ao aprimoramento e evolução

⁷ Segundo Martino (2015), esse termo significa “um fluxo contínuo de ideias, práticas, representações, textos e ações que ocorrem entre pessoas conectadas por computadores”.

das conexões de internet. Atualmente, há dois tipos dessa tecnologia: o *streaming on-demand*, que é quando a produção fica salva em uma plataforma e pode ser acessada a qualquer momento, e o *live streaming*, transmissão ao vivo de algum produto. E é no primeiro modelo que a plataforma Netflix está inserida.

Fundada por Reed Hastings e Marc Randolph no ano de 1997, a Netflix surgiu no estado da Califórnia nos Estados Unidos, inicialmente, apenas como um serviço de aluguel de DVDs via correio. A partir de 2007, a empresa adotou a tecnologia de *streaming* e passou a disponibilizar diversas produções já existentes via internet. Pioneira no ramo, o seu crescimento exponencial veio em 2010 com o início da sua atuação internacional, mais especificamente no Canadá, chegando ao Brasil em 2011, quando oferecia planos de 15 reais por mês. Atualmente, a Netflix é considerada o canal de *streaming* online mais subscrito do mundo por estar presente em mais de 190 países, com exceção somente de quatro países no mundo: China, Crimeia, Coreia do Norte e Síria, segundo o site oficial da Netflix⁸.

Até o ano de 2012, a Netflix só disponibilizava produções audiovisuais já existentes, principalmente filmes e séries produzidas e exibidas por outros meios. Foi em fevereiro de 2013, que a empresa lançou sua primeira produção original, a série americana *House of Cards*⁹. Atualmente, essa produção já está finalizada, mas contou com 6 temporadas com 73 episódios de 40 minutos a 1 hora cada, ao longo de 5 anos. Posteriores a essa primeira série original da Netflix, estão a quarta e quinta temporada de *Arrested Development* (2013), as séries *Hemlock Grove* (2013), *Orange Is the New Black* (2013), *Marco Polo* (2014), *Jessica Jones* (2015), *Sense8* (2015), *Stranger Things* (2016) e várias outras. Além de séries, Netflix produz filmes, animações, documentários, *reality shows* e programas de entrevistas:

Na Netflix você acha conteúdo original incrível, que não pode ser encontrado em nenhum outro lugar. Filmes, séries, especiais... Todos feitos especialmente para você! [...] A Netflix tem um grande catálogo de filmes, documentários, séries, originais Netflix premiados e muito mais. Assista o quanto quiser, quando quiser. (NETFLIX, 2021, online)¹⁰

Podemos dizer que uma das maiores inovações no mercado de vídeos sob demanda - se não a mais inovadora - foi o fato das próprias plataformas de *streaming* terem desenvolvido conteúdos originais e exclusivos. A partir desse momento, foi apenas uma

⁸ Site da Central de Ajuda da Netflix: <https://help.netflix.com/pt/node/14164>. Acesso em 16 de janeiro de 2022.

⁹ Página da série na Netflix disponível em: <<https://www.netflix.com/br/title/70178217>>. Acesso em 20 de janeiro de 2022.

¹⁰ Página oficial da Netflix disponível em: <<https://www.netflix.com/br/>>. Acesso em 13 de dezembro de 2021.

questão de tempo para que fosse considerado um dos maiores crescimentos de mercado do mundo. A respeito do sucesso da Netflix, de acordo com a própria plataforma, a empresa encerrou o ano de 2020 com um total estimado de 204 milhões de assinantes mundialmente e gerou receita de US\$ 6,5 bilhões entre setembro e dezembro de 2020, ano em que 37 milhões de assinantes juntaram-se à plataforma, indicando um crescimento recorde para o serviço de *streaming* e um crescimento de 12% em relação a 2019. Além disso, o Brasil ocupa hoje o segundo lugar no *ranking* de assinantes da Netflix em todo o mundo, segundo a Forbes (2021)¹¹.

A Netflix pode ser considerada então um modelo de negócio disruptivo, conceito criado por Joseph Bower e Clayton Christensen (1995) para descrever negócios que são capazes de conquistar um mercado já existente, oferecendo uma proposta que torna ultrapassada a proposta do, até então, líder desse segmento. Ou seja, são negócios que criam algo absolutamente novo e que acabam superando os concorrentes. Desta forma, a Netflix foi pioneira na estratégia disruptiva que correspondia, basicamente, a uma mudança no canal de vendas e de distribuição. Ao invés da pessoa ir a uma loja para alugar um filme, ela recebia os DVDs pelo correio. Um tempo depois, a Netflix desenvolveu o conteúdo de *streaming* como a expressão ideal do consumo de “*anything, anytime, anywhere*” (Graham, 2004, p. 4), ou seja, a capacidade de consumir qualquer coisa, a qualquer hora, em qualquer lugar. Como justificativa para essa expressão, a Netflix pode ser acessada através de computadores, *smartphones*, *tablets*, videogames, *smart TVs*, aparelhos *Blu-ray*, entre outros.

Porém, há um tempo essa plataforma não está sozinha nesse ramo de vídeos sob demanda e o número de concorrentes está crescendo cada vez mais. Em 2015, um destaque no mercado brasileiro de *streaming* foi a estreia do *Globoplay*¹², também se tratando de um serviço de vídeo sob demanda, do Grupo Globo. A plataforma começou com produções do próprio grupo, mas atualmente já conta com conteúdos exclusivos e sucessos internacionais em seu catálogo. Em 2020, a 20ª edição do *reality show Big Brother Brasil*¹³ foi um fenômeno de audiência. Segundo a Forbes (2020)¹⁴, o programa ultrapassou a marca de 100 milhões de horas de consumo no *Globoplay*, registrando ainda um aumento de mais de 500% em relação

¹¹ Disponível em:

<<https://forbes.com.br/forbes-money/2021/03/um-ano-depois-do-inicio-da-pandemia-plataformas-de-streaming-contabilizam-ganhos/>>

>. Acesso em 13 de fevereiro de 2022.

¹² Página oficial disponível em: <<https://globoplay.globo.com/>>. Acesso em 10 de fevereiro de 2022.

¹³ Durante três meses, participantes são confinados em uma casa e postos à prova. Cada temporada do programa é exibida diariamente no canal da TV Globo.

¹⁴ Disponível em:

<<https://extra.globo.com/tv-e-lazer/bbb20-chega-ao-fim-na-segunda-feira-confira-um-balanco-desta-edicao-24393187.html>>. Acesso em 20 de fevereiro de 2022.

à edição anterior. No mesmo ano, o *Globoplay* se tornou o *streaming* com o maior número de assinantes no Brasil, ultrapassando a Netflix, com mais de 20 milhões de usuários na plataforma.

O *streaming* ficou ainda mais comum no país, com o surgimento de mais sites de programas de TV e filmes que chegaram ao Brasil, como *Amazon Prime*¹⁵ em 2016, *Apple TV*¹⁶ em 2019, *Disney+*¹⁷ no ano seguinte, *HBO Max*¹⁸ em 2021, entre outros. Com a chegada da pandemia do coronavírus em 2020, o crescimento do mercado de *streaming* foi exponencial. De acordo com uma pesquisa realizada em 2021 pela Motion Picture Association¹⁹, o total de assinantes de plataformas de *streaming* de vídeo ultrapassou o valor de 1 bilhão no ano de 2020 - esse número representa cerca de 15% de toda a população mundial. O isolamento social transformou as plataformas de *streaming* em um dos principais meios de entretenimento das pessoas, que tinham que ficar confinadas em casa.

O segmento das plataformas de *streaming* tem se expandido significativamente, mas não somente em filmes e séries. Existem também os *streamings* de jogos, como a *Twitch*²⁰, por exemplo, o *Spotify*²¹ que está no ramo musical, a *Funimation*²², que tem sua plataforma focada em animes, entre diversos outros meios.

Portanto, pode-se observar a forte disseminação de conteúdos online como o complemento, ou possível substituto no futuro, das mídias tradicionais – no caso, TV e cinema – permitindo ao usuário assistir ao material de sua preferência quando quiser, onde quiser e até salvar para ver quando não estiver conectado à internet, ao invés de precisar ficar preso a programação das emissoras.

¹⁵ Página oficial da Amazon Prime disponível em:

<https://www.primevideo.com/?_encoding=UTF8&language=pt_BR>. Acesso em 10 de fevereiro de 2022.

¹⁶ Página oficial da Apple TV disponível em: <<https://www.apple.com/br/apple-tv-plus/>>. Acesso em 10 de fevereiro de 2022.

¹⁷ Página oficial da Disney+ disponível em: <<https://www.disneyplus.com/pt-br/>>. Acesso em 10 de fevereiro de 2022.

¹⁸ Página oficial da HBO Max disponível em: <<https://www.hbomax.com/br/pt/>>. Acesso em 10 de fevereiro de 2022.

¹⁹ Pesquisa disponível em:

<<https://www.motionpictures.org/press/global-subscriptions-to-online-video-services-exceeds-one-billion-for-first-time-ever-new-mpa-report-finds/>>. Acesso em 10 de fevereiro de 2022.

²⁰ Página oficial da Twitch disponível em: <<https://www.twitch.tv/>>. Acesso em 10 de fevereiro de 2022.

²¹ Página oficial do Spotify disponível em: <<https://open.spotify.com/>>. Acesso em 10 de fevereiro de 2022.

²² Página oficial da Funimation disponível em: <<https://www.funimation.com/pt-br/>>. Acesso em fevereiro de 2022.

3.2 A ERA DO *BINGE-PUBLISHING*: TUDO DE UMA SÓ VEZ

Como relatado anteriormente, foi no ano de 2012 que a Netflix deu início às produções originais, um grande passo dado em relação ao mercado audiovisual. Porém, antes desse acontecimento, em busca de mudanças e algo mais exclusivo, a plataforma criou o *Netflix Prize*, em outubro de 2006, de acordo com a linha do tempo da plataforma²³. Tratava-se de um concurso que convidava grupos e *startups*²⁴ a entenderem melhor os algoritmos de recomendação e a aumentarem a precisão do sistema de recomendação dos filmes da empresa em 10%, na época da transição de vendas dos DVDs para o *streaming*. Segundo Hallinan e Striphas (2016), essa competição, que oferecia 1 milhão de dólares à equipe vencedora, teve duração de três anos, com o término em 2009, e envolveu mais de 50 mil participantes de 186 países, tendo o time *BellKor's Pragmatic Chaos* como vencedor.

Atualmente, a própria Netflix realiza a coleta de dados e o processamento de qualquer tipo de informação a respeito da interação e da navegação dos usuários perante a plataforma. Segundo Gina Keating (2013), esse trabalho não somente ajuda a Netflix a engajar a sua audiência e a personalizar o seu serviço, como também a escolher o que pode vir a ser produzido posteriormente ou quais títulos existentes deverão ser adicionados em seu catálogo.

A coleta de dados dos principais hábitos dos usuários foi um grande avanço para a plataforma começar a produzir seus conteúdos originais. Isto porque, uma das principais informações recolhidas foi a de que a grande audiência se concentrava nas séries de televisão, conforme descrito por Keating (2013). Esse dado foi decisivo para que a Netflix reunisse o elenco de *Arrested Development* (série produzida e cancelada pela FOX em 2006) para a produção da quarta temporada, em 2013, - e posteriormente da quinta - e para a produção da primeira temporada de *House of Cards*, com roteiro do diretor David Fincher e do ator Kevin Spacey.

Outros dados da Netflix apontavam que os usuários pesquisavam na aba de busca filmes de Spacey após assistirem na plataforma a alguma produção que tinha o ator no elenco, além de outras produções dirigidas por Fincher, segundo Keating (2013). Desta forma, a empresa investiu intensamente na produção de duas temporadas de *House of Cards* e lançou a primeira de uma só vez.

²³ Disponível em: <https://about.netflix.com/pt_br>. Acesso em 13 de fevereiro de 2022.

²⁴ Startup é uma empresa jovem e inovadora, que se baseia em tecnologia e visa resolver uma dor no mercado.

A partir do lançamento de todos os episódios da primeira temporada ao mesmo tempo no dia da estreia, a Netflix passou a criar um novo método de distribuição e exibição, incomum na época, e totalmente inédito, conhecido como: *binge-publishing*, que significa uma estratégia de distribuição em que é lançado todos os episódios da temporada de uma vez só. Esse termo é utilizado pela autora Esther Van Ede (2015), mas também pode ser encontrado como "The Netflix *model*", *binge-releasing*, *publishing all episodes at once* e *all-at-once*. Além disso, esse fenômeno ainda permitiu que o usuário assistisse a episódios seguidamente, acessando o conteúdo na hora, dia e lugar que quisesse, e sem intervalos comerciais - presente nas mídias tradicionais -, através de um serviço de *streaming* (VAN EDE, 2015). Ou seja, deu a possibilidade para que o telespectador fizesse uma maratona da narrativa seriada, potencializando a prática conhecida também como *binge-watching*²⁵.

É possível, portanto, ver um episódio a cada dia, vários episódios de uma só vez ou até uma temporada inteira sem interrupções. Já na televisão tradicional, para acompanhar uma produção audiovisual, é preciso esperar dia, horário e formato disponibilizado pela emissora, fazendo o telespectador conciliar sua vida com a programação, “incorporar um ritual de consumo de televisão horizontal e estar disponível naquele dia, horário e duração para acompanhar com plenitude as produções televisivas” (CORRÊA, 2019, p. 15). Essas características do *streaming*, junto às maratonas (*binge-watching*) e à publicação integral do conteúdo (*binge-publishing*), servem de base para a construção das estratégias de aquisição e produção de conteúdo e divulgação da plataforma

Outra mudança causada pelo *binge-publishing* diz respeito ao cancelamento da função do episódio piloto, a porta de entrada para o universo da série, que trata-se do primeiro episódio de uma narrativa seriada com o objetivo principal de apresentar a história e seus personagens para conquistar o espectador e fazê-lo ter vontade de acompanhar os próximos episódios. Na televisão tradicional, o piloto vai determinar o sucesso da produção e se vale a pena ou não continuar com a trama. Em relação a Netflix e ao lançamento simultâneo da temporada completa, a empresa entende que os personagens e a história devem ser apresentados e aprofundados de forma mais lenta, de maneira que conexões mais fortes e completas sejam criadas com os telespectadores ao longo de toda a temporada. Além disso, outro efeito causado pelo *binge-publishing*, segundo Van Ede (2015), trata-se da função dos *cliffhangers*²⁶ e recapitulações nas narrativas seriadas. Em relação aos *cliffhangers*, não é

²⁵ Este termo de consumo sequencial de produtos audiovisuais, ou seja, a maratona, teve início nos anos 1980, com o videocassete. A partir disso, também esteve presente nos DVDs e no download de episódios via internet.

²⁶ Recursos narrativos, conhecidos também como ganchos, que consistem em deixar o leitor em suspense até o próximo segmento.

preciso manter mais o grande suspense de um episódio a outro, já que a resolução do conflito pode ser alcançada através de um simples botão para o próximo capítulo; no caso das recapitulações, elas podem não ser mais válidas porque o espectador tem na memória todos os acontecimentos, pois foram vistos há pouco tempo.

Outra consequência ocasionada pelo *binge-publishing* é a possibilidade de ter arcos mais longos e coerentes, trabalhados pelos roteiristas e diretores, durante toda uma temporada. Na plataforma Reddit²⁷, o criador da animação original da Netflix *BoJack Horseman*, Raphael Bob-Waksberg, afirmou que a série não iria conseguir funcionar em outra plataforma ou emissora:

A coisa mais legal sobre o modelo deles para mim, mais ainda do que a ideia de as pessoas assistirem a todos os episódios juntas, é a ideia de que as pessoas vão assistir a todos os episódios em ordem. Isso é algo que eu acho que nós, como público, damos como certo, mas você não pode dar por certo quando está trabalhando em um programa para uma empresa mais tradicional. Tradicionalmente, cada episódio precisa funcionar como entrada para a série, mesmo que você nunca tenha visto o programa antes. Mas aqui, nós sabemos que ninguém vai assistir ao episódio 7, a menos que já tenha visto os episódios 1 ao 6, então não tivemos que reintroduzir constantemente os personagens e a premissa. Isso influenciou tudo que fizemos (BOB-WAKSBERG, 2014, online).

Arcos narrativos mais longos trazem um conceito de estratégia para os produtos seriados. De acordo com Mittell (2012), a ideia de utilizar arcos narrativos mais longos para as produções seriadas lançadas de uma vez só, sem pausas devido à ausência de comerciais televisivos, pode aumentar a complexidade das narrativas, visto que o controle de assistir aos episódios da série está na mão do próprio usuário. Desta forma, os roteiristas e diretores podem aprofundar em arcos e linhas narrativas, exigindo que o espectador fique mais ativo e dê mais atenção a história. Para contextualizar, no próximo subcapítulo, iremos trazer exemplos de uma narrativa complexa da série a ser estudada nesta pesquisa.

3.3 AS POLÍTICAS DE REGULAMENTAÇÃO DO STREAMING

A chegada das plataformas de *streaming* de vídeo, com o surgimento da pioneira Netflix e o crescimento posterior das demais, facilitou bastante o acesso a produções estrangeiras. Porém, essa novidade acabou afetando e impactando a produção de conteúdo local dos países, visto que essas plataformas não são subordinadas à mesma regulamentação

²⁷ Site social de notícias, que permite aos usuários o compartilhamento de links, vídeos, imagens e notícias. Disponível em: <www.reddit.com>. Acesso em 13 de fevereiro de 2022.

que os canais da TV a cabo no Brasil, por exemplo, de acordo com a Lei nº 12.485²⁸. Essa lei, regulamentada em 2012, discute a obrigatoriedade de exibir cota de conteúdo nacional, conhecida também como cota de tela, para canais brasileiros e estrangeiros em suas grades de programação (MORAIS, 2019).

Com o crescimento do mercado de vídeo sob demanda no Brasil, aumentou a discussão a respeito da regulamentação desses serviços no país. Afinal, existe uma regulamentação para os serviços de *streaming* no Brasil? A resposta é negativa, pelo menos durante o período de escrita desta pesquisa. Vários projetos de lei nesse sentido já foram apresentados, mas nenhum deles foi aprovado até então pelo Congresso Nacional. Segundo a Câmara dos Deputados²⁹, em uma reunião da Frente Parlamentar Mista em Defesa do Cinema e do Audiovisual, o deputado Paulo Teixeira (PT-SP) apontou que a falta de regulamentação no país pode render prejuízos de R\$ 3,7 bilhões em tributos que não serão pagos, além de não existir uma cota de conteúdo nacional nas plataformas de *streaming*.

Por outro lado, o modelo de negócios do *streaming* tem impactado positivamente as economias e indústrias audiovisuais de alguns países, que já tomaram medidas para regularizar o mercado e valorizar seus produtos. Em 2018, após longas negociações realizadas desde 2016, o Parlamento Europeu decidiu aprovar a seguinte lei: 30% dos catálogos das plataformas de *streaming* em países europeus devem ser obrigatoriamente formados por produções locais, de acordo com informações do *The Hollywood Reporter*³⁰. A regulamentação foi a forma encontrada para promover a proteção e o desenvolvimento de projetos locais. Essas medidas são muito comuns para evitar que conteúdos estrangeiros tomem conta de grandes áreas do mercado, prejudicando as produções locais.

Embora esta tenha sido uma determinação para todos os países da União Europeia, leis de regulação a nível nacional ainda precisam ser sancionadas, de modo a contribuir com a efetividade da lei. Com a explosão de conteúdo espanhol na Netflix, Espanha avançou primeiro na regulamentação deste mercado, exigindo, além da cota de tela, uma porcentagem de investimento. Exemplos como as séries *La Casa de Papel* (2017), *Elite* (2018) e *Control Z* (2020) são consideradas de bastante sucesso e integram o catálogo de produções originais espanholas da Netflix.

²⁸ Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112485.htm>. Acesso em 20 de fevereiro de 2022.

²⁹ Matéria disponível em: <<https://www.camara.leg.br/noticias/715633-produtores-audiovisuais-querem-regulamentacao-de-servico-de-streaming-para-protoger-industria-nacional/>>. Acesso em: 12 de fevereiro de 2022.

³⁰ Matéria disponível em: <<https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/european-parliament-approves-netflix-content-quota-1148965/>>. Acesso em 11 de fevereiro de 2022.

Além da Espanha, a Alemanha também pode ser citada como um exemplo bem sucedido da regulamentação, aumentando cada vez mais a participação da sua produção na plataforma em 2019, devolvendo investimento aos Fundos alemães. Nesse caso, foi exigido pelo governo alemão uma cota de tela nas plataformas de *streaming* de 30% para produtos nacionais, além de uma devolução na forma de imposto sobre as receitas da plataforma.

Um estudo realizado pelo Fundo Audiovisual Alemão em 2020, resultou em dados significativos do setor de *streaming*, tendo um aumento de 12% do consumo em 2019 em relação aos anos anteriores, resultando na soma de € 1,19 bilhão de euros.

O mercado audiovisual alemão tornou-se mais um *case* de sucesso, podendo ser usado para entender melhor como a participação nas políticas de cota de tela ajuda a impulsionar a receita da plataforma e, por consequência, fomentar a produção de projetos locais. E nada mais justo do que apresentarmos aqui a primeira série alemã produzida pela Netflix - produção a qual esta pesquisa é destinada.

3.4 DARK: A PRIMEIRA PRODUÇÃO ORIGINAL ALEMÃ DA NETFLIX

Dark é a primeira série alemã produzida pela Netflix, segundo anúncio do próprio canal de *streaming* no Instagram³¹, criada por Baran bo Odar e Jantje Friese, lançada no dia 1º de dezembro de 2017. Ela conta com três temporadas e 26 episódios no total, divididos em 10, 8 e 8 episódios, respectivamente, com 40 a 60 minutos cada, dirigidos por Baran bo Odar. A série teve a sua última temporada lançada em 27 de junho de 2020. No catálogo de séries da Netflix³², Dark é classificada entre os gêneros mistério, policial, ficção científica e suspense, e a classificação indicativa é de 16 anos.

A sinopse da série aborda a história de quatro famílias que buscam respostas quando crianças começam a desaparecer em Winden, uma pequena cidade fictícia alemã, - fato este que aconteceu de forma parecida 33 anos antes - e um mistério envolvendo três gerações começa a ser explorado. O primeiro mistério apresentado gira em torno de Mikkel Nielsen, protagonizado pelo ator Daan Lennard Lieberenz, que desaparece na floresta já no 1º episódio. Mikkel é filho do policial Ulrich Nielsen, papel de Oliver Masucci, um homem que já sofreu com o desaparecimento de seu irmão, Mads, 33 anos antes. Em resumo, Mikkel viajou para 1986, retrocedendo 33 anos na linha temporal, já que o tempo presente da série é

³¹ Postagem no perfil do Instagram da Netflix Alemanha:

https://www.instagram.com/p/BZ0bc95FOCd/?utm_medium=share_sheet

³² Página de Dark no site da Netflix: <https://www.netflix.com/search?q=dark&jbv=80100172>

2019. O espectador, então, é inserido numa trama na qual linhas temporais distintas convergem e as várias versões de um mesmo personagem passeiam por elas.

O enredo de *Dark* rompe uma sequência cronológica tradicional ao se jogar em viagens no tempo, universos alternativos, conceitos de física quântica e realidades paralelas. Um desses conceitos científicos, que chega até a ser citado e explicado por personagens da série, é o do “Paradoxo do Bootstrap”³³. A lógica geral por trás desse paradoxo é de que ao mesmo tempo em que algo influencia alguma coisa, ele também pode levar a dar origem a si mesmo. Aprofundaremos mais sobre esse conceito no próximo capítulo.

Ao transitar por três linhas temporais, inicialmente (1953, 1986 e 2019), um grande fator que ocasiona a complexidade da série é, principalmente, a confusão em relação ao tempo que é relatado aos espectadores, embora utilizem algumas vezes de meios textuais na tela para determinar em qual época certos personagens se localizam. Porém, somente ao assistir a série é possível identificar: de quem se trata e em qual ano a pessoa está, pois *Dark* trabalha com várias versões dos mesmos personagens, e que cada ação que ocorre durante uma linha interfere diretamente na outra. Por esses e outros motivos apresentados mais à frente deste capítulo e no próximo, *Dark* é considerada uma narrativa complexa se relacionando com o sobrenatural e a ficção científica. Em entrevista ao IGN Brasil³⁴, o ator Louis Hoffman, que faz o papel de Jonas Kahnwald na série, também fica confuso com a história e diz ter suas próprias dúvidas em relação a tudo que vivenciou nas três temporadas:

Acho que os fãs, com todas as teorias, sabem mais do que nós sobre a série. Quando lemos o roteiro, tentamos entender tudo e parcialmente entendemos, porque podíamos tirar dúvidas com os showrunners. Depois, basicamente colocamos tudo aquilo que não diz respeito a nosso arco individual na história; esquecemos de tudo que possa nos distrair e focamos apenas em nossas partes. Você pode me perguntar qualquer coisa sobre o Jonas, mas tenho minhas próprias dúvidas quando assisto a *Dark* (HOFFMAN, 2020, documento online).

Além disso, *Dark* é considerada uma narrativa com *multiplots*, ou seja, uma história com diversos arcos narrativos e, conseqüentemente, diversos personagens principais e, ainda, é uma série que permite a possibilidade de fazer maratona, pois os episódios de cada temporada foram lançados ao mesmo tempo - a prática do *binge-publishing* e do *binge-watching* interligadas. Por outro lado, os intervalos entre as temporadas foram bem

³³ Paradoxo teórico de viagem no tempo que acontece quando um objeto ou informação volta no tempo e fica preso em um *loop* eterno de causa e efeito no qual o item já não tem ponto de origem claro.

³⁴ <https://br.ign.com/dark/82579/feature/dark-atores-nao-entenderam-tudo-da-serie-alema>. Acesso no dia 17 de janeiro de 2022.

demorados, de no mínimo 1 ano, resultando em um fator a mais de dificuldade à narrativa complexa, para acompanhar e se inserir profundamente na história. Em entrevista ao Correio Braziliense³⁵, a pesquisadora Sandra Trabucco³⁶ (2020) comenta um pouco sobre a narrativa da série e o quão atento é preciso estar ao assisti-la:

Dark é uma série alemã que apresenta um ritmo diferente, mais lento, pausado, com uma construção narrativa que exige atenção de quem entra no jogo temporal. Assim como os personagens, nós também nos emaranhamos na trama espaço-temporal, desafiando nossa compreensão. *Dark* exige um receptor curioso. Nenhuma resposta é fácil, a narrativa é um labirinto envolvente e sedutor, repleta de fios deixados como pistas ou, talvez, falsas pistas. Talvez esse seja o segredo do sucesso de *Dark*. (TRABUCCO, 2020, documento online)

Apesar de exigir atenção intensa por parte do espectador, *Dark* trata-se de um tipo de série que você precisa assistir mais de uma vez para entender todos os detalhes, absorver as informações e conseguir processar os acontecimentos.

3.4.1 AS ESTRATÉGIAS TRANSMIDIÁTICAS UTILIZADAS EM DARK

O reconhecimento de que o intervalo entre temporadas faz o público se perder e se esquecer do que aconteceu anteriormente faz parte da estratégia da Netflix de criar materiais complementares e resumos na sua própria plataforma ou em suas redes sociais. Dessa forma, para não correr o risco do público não assistir à próxima temporada e continuar engajando novos públicos, a Netflix utiliza dessa estratégia de criar conteúdos que facilitem a experiência dos espectadores a continuarem acompanhando a série. Já em *Dark*, a estratégia vai mais além. O intervalo entre as temporadas, que já era um problema, se torna ainda mais problemático em uma série de narrativa complexa, tanto que o serviço de *streaming* adotou outra estratégia para essa série, que até o lançamento da mesma não havia sido trabalhada em nenhuma outra série da plataforma.

Além da produção audiovisual, a plataforma de *streaming* resolveu apostar na criação de um site interativo, para auxiliar na compreensão da série, e na elaboração de perfis criados no Instagram para os diversos anos em que se passa a história de *Dark*. Após lançar a

³⁵ Entrevista disponível em:

<https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2020/06/26/interna_diversao_arte.866939/entenda-por-que-dark-da-netflix-se-tornou-um-fenomeno-do-streaming.shtml>. Acesso em 23 de janeiro de 2022.

³⁶ Professora doutora e estudiosa de *Dark*, tendo publicado artigos sobre a série, como *A fragmentação na série Dark: o ser, o espaço e o tempo*; e *A série Dark: aspectos literários e filosóficos na leitura do espaço-tempo*.

segunda temporada, a Netflix anunciou o site interativo³⁷, que ajuda a entender todos os nós da complexa produção alemã. Com árvores genealógicas e linhas do tempo, o site traça todas as viagens no tempo, aprofunda assuntos que foram trazidos durante toda a série e evidencia a relação entre os personagens. Já os perfis no Instagram foram criados semanas antes do lançamento da última temporada. A Netflix criou no Instagram perfis oficiais de décadas específicas³⁸ dentro da narrativa da série, para que o espectador consiga alinhar o que aconteceu em cada época. E como tudo na série está conectado – uma das premissas dessa produção audiovisual alemã – as estratégias transmidiáticas também estão. No perfil oficial da série no Instagram, encontra-se o link para o site interativo no campo destinado para sites na rede social³⁹. Além disso, no único “destaque” do perfil estão alguns *stories*⁴⁰ com o intuito de arrastar para cima e levar o usuário diretamente para os perfis das décadas correspondentes na própria rede social.

Esta pesquisa se dá pela atualidade do assunto – a Netflix já faz parte da realidade de mais de 200 milhões de pessoas e a série *Dark* está inserida no catálogo da Netflix em mais de 35 países, segundo a uNoGS⁴¹ - e pelo uso de estratégias transmidiáticas para uma narrativa complexa, além da cultura da convergência ter um grande papel no sucesso dessas estratégias. O objetivo da pesquisa consiste em analisar o site interativo da série e os perfis oficiais criados no Instagram como estratégias de fidelização do público de *Dark*.

³⁷ Site oficial de *Dark*, em português: <https://dark.netflix.io/pt>

³⁸ *Dark* no ano de 1921: <https://www.instagram.com/darknetflix1921/>; *Dark* no ano de 1953: <https://www.instagram.com/darknetflix1953/>; *Dark* no ano de 1986: <https://www.instagram.com/darknetflix1986/>; *Dark* no ano de 2019: <https://www.instagram.com/darknetflix2019/>; *Dark* no ano de 2053: <https://www.instagram.com/darknetflix2053/>; *Dark* no ano de 2019 invertido: <https://www.instagram.com/2019darknetflix/>

³⁹ Perfil oficial de *Dark* no Instagram: <https://www.instagram.com/darknetflix/>

⁴⁰ Ferramenta do Instagram que permite a publicação de fotos ou de vídeos de até 15 segundos.

⁴¹ Unofficial Netflix online Global Search: <https://unogs.com/title/80100172>

4 A CRIAÇÃO DE CONTEÚDO TRANSMÍDIA NA SÉRIE DARK: UM ESTUDO DE CASO

Para realizar uma pesquisa coerente e bem estruturada a respeito da primeira série alemã produzida pela Netflix, a metodologia deste trabalho consistiu em algumas etapas. A sistematização desta pesquisa e o levantamento do material de análise deu-se a partir do método de estudo de caso, com base nos escritos apresentados por Luís Martino (2018), em seu livro *Métodos de pesquisa em comunicação: projetos, ideias, práticas*. Segundo o autor, “o estudo de caso, como o nome sugere, é a pesquisa feita a partir da análise de uma situação, escolhida a partir de critérios definidos, para responder às perguntas propostas nos objetivos do trabalho” (MARTINO, 2018, p. 45).

Desta forma, estabeleceu-se a seguinte pergunta para nortear a análise do objeto de pesquisa: Como as estratégias transmidiáticas utilizadas por Dark facilitam a compreensão da série, tratando-se, impreterivelmente, de uma narrativa complexa? Também se investiga como tais elementos de narrativa complexa articulam-se dentro da obra alemã da Netflix, e como os conceitos de narrativa transmídia e paratextualidade nos ajudam a entender as estratégias de criação de conteúdo em outras mídias, fora da plataforma de *streaming*, como o Instagram e o site oficial da série em questão, pensando na experiência do usuário/espectador.

Portanto, o estudo de caso foi o método mais adequado para elencar o material a ser analisado e problematizar as estratégias transmidiáticas da série. Com base nesses princípios, foram delineados e desenvolvidos os procedimentos metodológicos a seguir.

Como dito anteriormente, os materiais a serem estudados nesta pesquisa tratam-se do site oficial de Dark e dos perfis oficiais criados para a série no Instagram. Em um primeiro momento, serão apresentados seis motivos, com base no conceito da narrativa complexa apresentada por Mittel, seguidos das cenas descritas da série para justificar a presença de uma complexidade narrativa em Dark. Após isso, serão elencados três arcos narrativos, que estão envolvidos nas três temporadas da série, para servirem como pontos de partida e mostrarem a trajetória feita pelo usuário para entender essas tramas específicas e complexas dentro das narrativas transmídias aqui estudadas.

Separadamente, a forma de coleta do material empírico do site foi feita da seguinte forma: será apresentado toda a jornada feita pelo usuário desde o início, de acordo com os arcos narrativos selecionados, ou seja, serão coletadas informações que demonstram o cuidado que o site tem em mostrar apenas o que o usuário escolhe e deseja ver, ou seja, sem

*spoilers*⁴². Foi feito um recorte de todas as abas que são relevantes para a pesquisa, começando logo pela aba inicial do site que pede para o usuário dizer em qual episódio de qual temporada ele se encontra. A partir dessa informação dada, podemos concluir que esse produto foi feito com a intenção de trabalhar, principalmente, a experiência do usuário, devido as várias possibilidades de entrada, visto que o que será mostrado para esse usuário serão personagens/eventos/histórias que foram vivenciadas até o presente momento conforme cada episódio selecionado. Ademais, foram identificadas algumas técnicas de usabilidade usadas para a criação desse site e o quanto ele é considerado um site responsivo, por estar configurado para diferentes tipos de dispositivos, além de seu design que favorece uma certa dinamicidade. Isso foi inteiramente trabalhado para alcançar o objetivo de analisar o site como paratexto da série e seu espaço de interatividade, no qual o usuário vai atrás do que ele quer compreender sem correr o risco de aparecer um *spoiler* indesejado.

Já a forma de coleta de material para análise dos perfis no Instagram foi feita a partir de recortes mostrando a semelhança e padronização de cada perfil, além de informações sobre as postagens e como se dá a ordem cronológica dos acontecimentos dos arcos narrativos escolhidos, ao contrário da apresentada nos episódios de *Dark*, para o fácil entendimento da série. Ou seja, o material empírico coletado no Instagram foram algumas postagens no *feed*, publicadas pelos perfis no período de maio de 2020, relacionadas aos três arcos narrativos selecionados. Em relação aos *stories*, outra ferramenta do Instagram, eles não estão mais disponíveis nestes perfis por conta do curto prazo de permanecerem apenas 24 horas no ar, por isso, está indisponível o acesso a esse material para essa pesquisa.

Desta forma, foi analisado e relatado a individualidade de cada estratégia transmidiática em procurar destrinchar a narrativa complexa de *Dark* e possibilitar diversos caminhos de acesso à história da série. Como é possível se conectar e reconectar com a série alemã através dessas estratégias? Por isso, é necessário justificar, inicialmente, o porquê *Dark* é considerada uma narrativa complexa, para depois imergir no site e nos perfis do Instagram da série e entender como eles conseguem facilitar essa narrativa para com o espectador/usuário.

Portanto, o plano metodológico escolhido auxilia a autora dessa pesquisa, para que esta possa não apenas analisar seus materiais e verificar seus resultados, como também demonstrá-los a partir de capturas de tela dos objetos em estudo. A monografia conta com a pesquisa exploratória, e passa pela elaboração e desenvolvimento do estudo de caso e em seguida a análise das estratégias transmidiáticas criadas para a série *Dark*.

⁴² Revelação antecipada de informações sobre um filme, série, jogo, livro, ou qualquer outro tipo de conteúdo.

4.1 NARRATIVA DE DARK COMO NARRATIVA COMPLEXA

Apesar de ser aclamada na mídia como uma das melhores séries já produzidas de ficção científica, Dark é difícil de ser entendida. Os mistérios complexos e intermináveis fazem parte de um grande quebra-cabeça que exige total atenção do espectador para acompanhar. Nesta subseção, vamos explorar e adentrar nesse mundo ficcional da série alemã aqui apresentada. Com base no conceito de narrativa complexa estudado por Mittel (2012), Gosciola (2004) e Rodrigues (2016) já explorados nesta pesquisa, iremos analisar e descrever a narrativa de Dark na perspectiva de observá-la como uma narrativa complexa. A seguir, elencaremos seis características deste tipo de narrativa – rompimento da sequência cronológica, viagem no tempo, presença de intertextos, narração *voice over*, universos paralelos e *multiplots* – para evidenciar o trabalho feito na série alemã em questão, ao mesmo tempo em que serão especificadas cenas em que esse tipo de narrativa é encontrada na série produzida pela Netflix.

4.1.1 ROMPIMENTO DA SEQUÊNCIA CRONOLÓGICA

A falta de linearidade em uma narrativa é uma técnica bastante usada em gêneros de suspense e ficção científica. Embaralhar um enredo dificulta ainda mais o entendimento do espectador e gera uma curiosidade na medida em que os próprios espectadores tentam preencher as entrelinhas e desvendar os mistérios envolvidos. Segundo Mittel (2012), esse rompimento da sequência cronológica é um recurso utilizado em narrativas complexas. Por esse motivo, Dark inclui-se nesse tipo de narrativa por trabalhar com o formato não linear, isto é, não segue necessariamente a ordem cronológica, se alternando entre diversos anos simultaneamente, sendo os principais 1921, 1953, 1986, 2019, o ano presente da história, e 2052. A linha temporal da série é tão complicada que fica difícil entender a ordem dos fatos, embora haja a presença de recursos visuais que ajudam em um melhor entendimento da narrativa, como, por exemplo, alguns anos que aparecem escritos na tela para situar o espectador. Neste sentido, foi levantada a seguinte questão: de que forma então é trabalhada a não linearidade e os formatos usados, em Dark, para mostrar imagens do “passado” e do “futuro”? Chegando-se a conclusão que isso se dá a partir de *flashbacks* e viagens no tempo.

Em Dark, o *flashback* como retorno ao passado e com a função de memória é utilizado algumas vezes. No 5º episódio da 1ª temporada, Hannah Kahnwald, mãe de Jonas, lembra quando, em 1986, fez uma falsa acusação de estupro contra Ulrich para com

Katharina, com o objetivo de separá-los. Esse arco narrativo é explorado durante todo o episódio por meio de *flashbacks* que serviram para revelar o caráter de Hannah ao espectador. Já outro exemplo é no começo do 6º episódio, em que é mostrado Regina Tiedemann acordando de um pesadelo em que, ainda adolescente, tinha sido amarrada a uma árvore em frente a caverna à noite. No mesmo episódio, descobrimos que o sonho de Regina é, na verdade, um *flashback*, o que explica a razão de seu desprezo por Katharina e Ulrich, por terem sido os responsáveis por amarrá-la na floresta.

Ainda no 6º episódio, um *flashback* sonoro aparece em uma cena de Ulrich. O diálogo que teve com a sua mãe a respeito de seu irmão, no mesmo episódio, se repete quando Ulrich vai até o necrotério e percebe que o corpo desconhecido encontrado na floresta é de seu irmão, por ter uma cicatriz no queixo. Finalizando os exemplos, no episódio seguinte, o 7º da 1ª temporada, a versão idosa de Helge desperta de um sonho, sendo um *flashback*, em que ele aparece criança em 1986. Assim que acorda, em 2019, ele diz: “*eu me lembro de tudo*”, confirmando que o sonho já tinha acontecido de verdade (Imagem 1), justamente por aparecer essa mesma cena do personagem criança no 10º episódio da 1ª temporada.

Imagem 1 - *Flashback* de Helge, no 7º episódio da 1ª temporada.



Fonte: Captura de tela e colagem das cenas em sequência realizada pela autora (2022).

Da mesma forma em que foram citados alguns exemplos de *flashbacks* na série alemã, abaixo dedicaremos um tópico inteiro para as viagens no tempo, outro recurso bastante utilizado em *Dark* para romper a linearidade temporal.

4.1.2 VIAGEM NO TEMPO

Como dito anteriormente, um dos principais motivos da narrativa de *Dark* ser considerada complexa é o fato de mostrar eventos do passado, presente e futuro em planos seguidos ou na mesma cena, através de viagens no tempo. Desta forma, a série nos apresenta diferentes versões de um mesmo personagem que em algum momento acaba interagindo com sua versão mais nova, mais velha ou a do presente, e tentando guiar as ações do seu eu do passado para que tenha um rumo totalmente diferente - ou idêntico - no futuro.

No entanto, *Dark* deixa claro que a linha do tempo não pode e não é alterada: tudo que vai acontecer, já aconteceu e tudo que aconteceu não poderá ser mudado, independentemente das viagens no tempo serem uma realidade. Inclusive, são as viagens no tempo que criam o efeito de causa e consequência. Por exemplo, na série, os personagens tentam evitar algumas mortes, mas isso tem pouco efeito nas leis do tempo de *Dark*, visto que essa tentativa acaba provocando o próprio sentimento de luto. Na segunda temporada, Jonas viaja no tempo para a noite em que Michael, seu pai, teria cometido suicídio e, na tentativa de impedi-lo a fazer isso, ele revela ter vindo do futuro. Michael fica desorientado, e esse choque é o que acaba motivando-o a tirar sua própria vida.

Da mesma forma é o caso de Ulrich que volta ao passado para tentar matar Helge, em sua versão criança, para evitar que ele, quando mais velho, cause o desaparecimento e, posteriormente, a morte de seu irmão, Mads. Mas ao invés de impedir esses eventos, Ulrich acaba por causá-los. Assim, a história enfatiza que o tempo é inalterável. Quanto mais Jonas, Ulrich e outros personagens tentam impedir algo de acontecer e escapar desse efeito de *loop*⁴³ infinito e cheio de sofrimento, mais eles vivenciam essa mesma rede de acontecimentos em que eles são incapazes de alterar o fluxo dos eventos futuros – mesmo sabendo exatamente o que irá acontecer adiante.

Deste modo, *Dark* apresenta a ideia da circularidade do tempo: ao invés de passado, presente e futuro acontecerem de forma linear, eles se conectam em um círculo infinito, ou seja, quando os personagens voltam no tempo para tentar modificar alguma coisa, isso já acaba estimulando para que essa coisa aconteça, em eternos ciclos com repetições infinitas. Essa teoria é lembrada na série pelo ouroboros, conceito representado por um símbolo de uma cobra engolindo a própria cauda, para representar a estrutura cíclica da natureza em que renasce após chegar ao seu fim, tal qual o ciclo temporal de *Dark*. Essa

⁴³ Loop temporal trata-se de um subgênero em que um ou mais personagens ficam presos em um espaço de tempo, e os mesmos acontecimentos acabam ocorrendo repetidamente.

visão, como podemos imaginar, exclui a liberdade de escolha dos personagens. Em resumo, “*Tudo se repete, você não pode separar o começo do fim*”. Essa é a legenda de uma publicação feita pelo perfil de Dark do ano de 1953 no Instagram⁴⁴, com a imagem de um ouroboros:

Imagem 2 - Ouroboros em formato de um bracelete, no 4º episódio da 3ª temporada.



Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022).

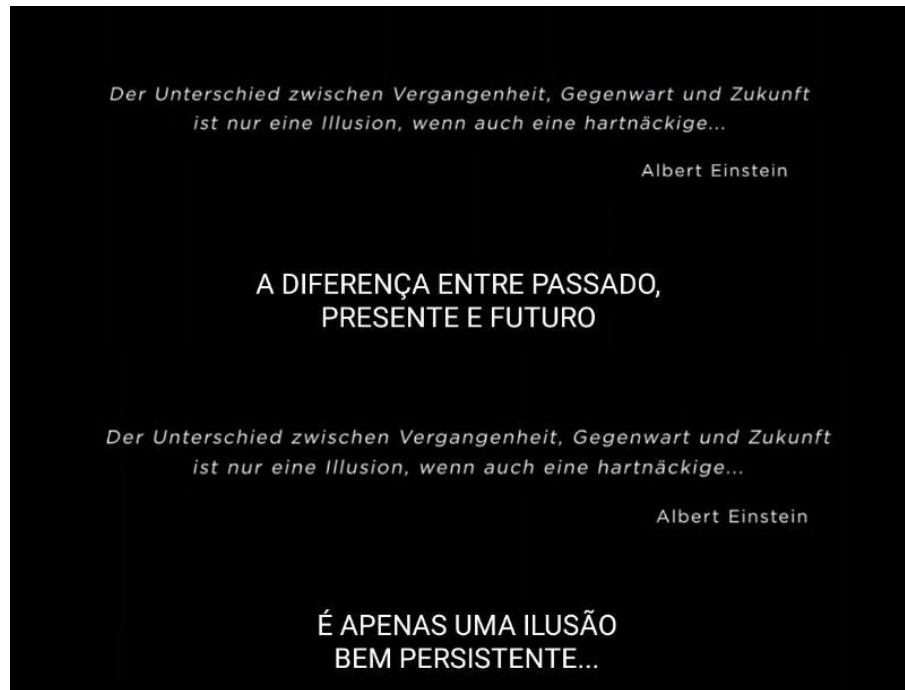
Todas as cenas de Dark funcionam como peças de um quebra-cabeça gigante que parece impossível de ser finalizado, introduzindo esses diversos conceitos complexos de viagens no tempo. Porém, a série consegue realizar esses acontecimentos de maneira sucinta, deixando pistas e dando dicas para o espectador sempre que possível para tentar facilitar o entendimento da narrativa. Um exemplo é a narrativa visual, que cria uma paleta de cores para cada década – as cenas na década de 1980 são sempre repletas de cor, como visto nas duas primeiras fotos da Imagem 1 –, a fim de facilitar a experiência visual do espectador.

4.1.3 PRESENÇA DE INTERTEXTOS

Outra característica que podemos identificar em Dark trata-se da profundidade do seu texto, rico em conhecimento histórico e referências filosóficas. Essa intertextualidade também consta como um recurso usado em complexidade narrativa, de acordo com Mittel (2012). Tragédias de Shakespeare, escritos filosóficos de Hegel e Nietzsche, mito grego de Ariadne, essas são apenas algumas das diversas referências a obras literárias e filosóficas que estão incluídas em Dark. Abaixo, alguns trechos de filósofos que aparecem ao longo da série:

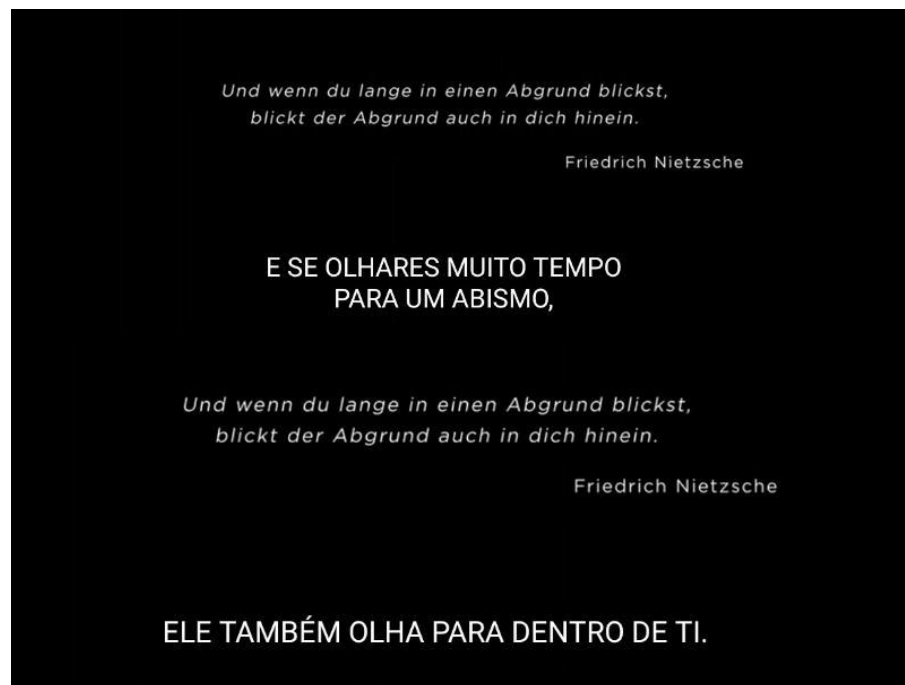
⁴⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CAnDPMkq86N/?utm_medium=copy_link>

Imagem 3 - Cartela de abertura do 1º episódio da 1ª temporada.



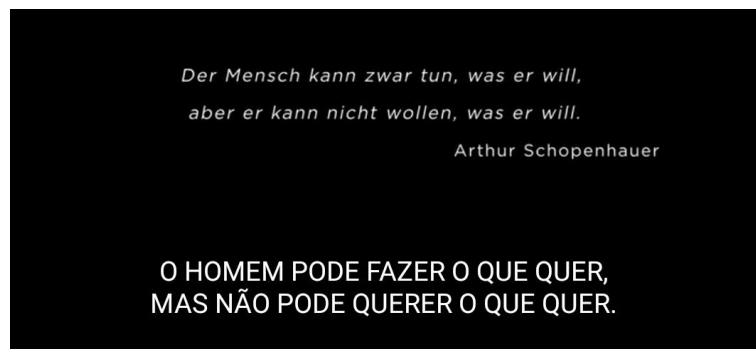
Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022).

Imagem 4 - Cartela de abertura do 1º episódio da 2ª temporada.



Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022).

Imagem 5 - Cartela de abertura do 1º episódio da 3ª temporada.



Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022).

Estrategicamente, *Dark* começa o primeiro episódio de cada temporada com citações de grandes filósofos, podendo ser definidos como intertextos, que funcionam como um resumo do que será discutido na temporada em questão. “*A diferença entre passado, presente e futuro é somente uma ilusão teimosa que persiste...*” Quando um espectador opta por assistir *Dark*, essa frase de Albert Einstein aparece logo na primeira cena da série, dando indícios de que esses tempos estarão conectados. Já na segunda temporada, a frase de abertura é de Friedrich Nietzsche: “*Quando você olha muito tempo para um abismo, o abismo olha para você.*”. Por fim, o seguinte trecho de Arthur Schopenhauer se encontra na primeira cena do 1º episódio da 3ª temporada de *Dark*: “*O homem é livre para fazer o que quer, mas não para querer o que quer.*”, que reforça a ideia de que a liberdade de escolha, ou o livre-arbítrio, não existe totalmente.

A respeito do mito grego de Ariadne, podemos observar referências diretas a essa obra já na 1ª temporada. Jonas reúne vários pôsteres de Ariadne que ficam espalhados pelo seu quarto, enquanto Martha apresenta um monólogo interpretando a personagem, em uma peça de teatro na escola. Por um lado mais literário, segundo a mitologia grega, Ariadne é filha do rei Minos de Creta e responsável pelo labirinto da ilha – um lugar usado para rituais de sacrifício tendo Minotauro no seu centro. Ainda nessa história, o herói Teseu consegue atravessar o labirinto e matar a criatura Minotauro, além de se apaixonar por Ariadne. Dentro da estrutura desse mito e o relacionando com *Dark*, Jonas e Adam são a representação de Teseu e Minotauro, respectivamente. Martha é Ariadne e o labirinto consiste tanto nas diversas viagens no tempo, quanto na floresta negra que cerca a cidade e nas cavernas de Winden, com sua rede de passagens subterrâneas. Além disso, o livro *Uma Jornada Através do Tempo*, mostrado diversas vezes na série, foi publicado pela editora Mino Tauros, sendo mais uma referência a essa mitologia grega.

4.1.4 NARRAÇÃO VOICE OVER

A técnica de *voice over* é utilizada pelo narrador onisciente e também é um tópico presente em narrativas complexas. Em *Dark*, ela tem o objetivo de introduzir conceitos a respeito do tempo, porém sem ligação direta com os personagens. Conforme o narrador disserta, imagens de lugares, objetos, fotos, que remetem a trama vão se sobressaindo.

O primeiro uso do *voice over* acontece logo na introdução do 1º episódio da série, após o intertexto de Albert Einstein (Imagem 3), em que o narrador aborda que a diferença entre as temporalidades é uma ilusão e que o ontem, o hoje e o amanhã estão conectados, fazendo referência a citação anterior de Einstein. Essa técnica sonora retorna no 4º episódio da 1ª temporada, quando o narrador fala sobre buracos negros e que quem entra neles desaparece, além de, novamente, ressaltar a ideia de que passado, presente e futuro podem acontecer ao mesmo tempo. Outro exemplo é no 9º episódio da 1ª temporada, no momento em que os rostos de todos os personagens da série, em uma, duas ou três versões, são mostrados, o recurso de *voice over* reflete sobre a existência de Deus e do ser humano, sua missão e seu propósito.

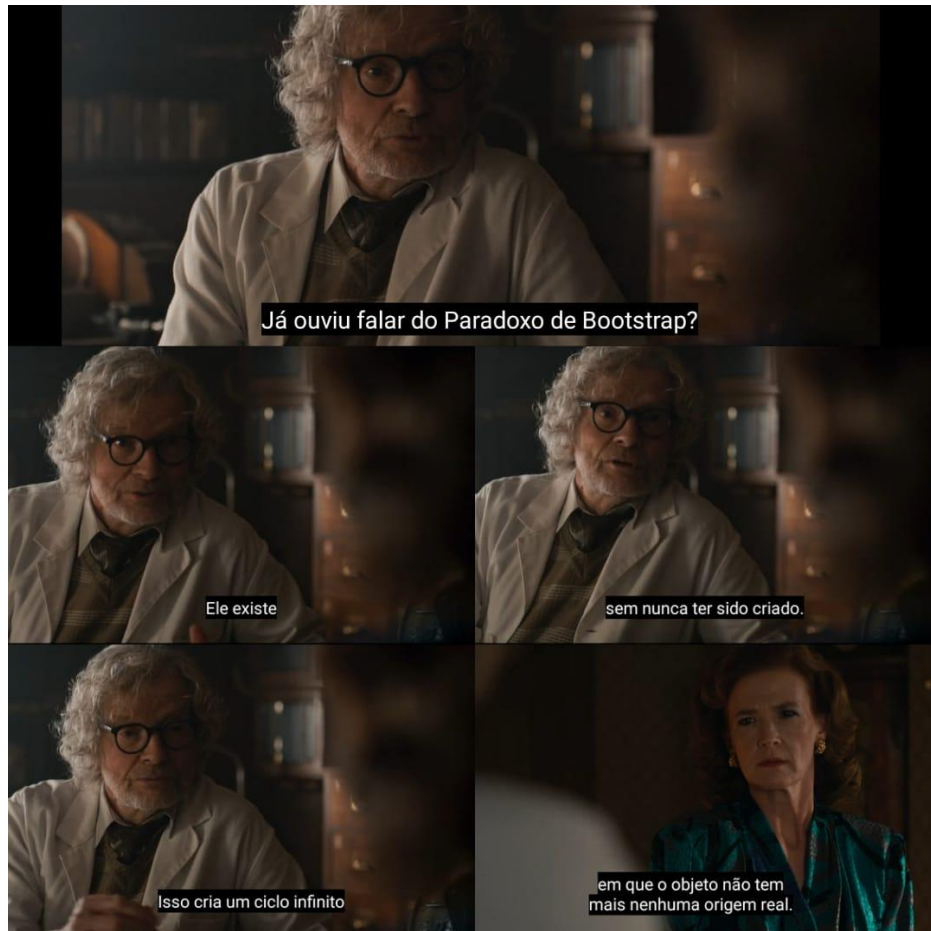
Um ponto a ser destacado aqui, é que, nesse último exemplo, as versões aparecem em linearidade. Por exemplo, aparece a versão criança de Claudia Tiedemann, depois sua versão adulta e, por fim, sua versão mais velha. Por outro lado, Jonas só aparece em sua versão do presente, pois até o momento ainda não foi revelado suas outras versões. Desta forma, ao invés de embaralhar os rostos dos personagens, eles optam por colocar suas versões em sequência para facilitar que o espectador relembra e memorize as versões de cada personagem.

4.1.5 UNIVERSOS PARALELOS

Essa união confusa entre passado, presente e futuro acaba dando origem a situações bastante inusitadas. Ao desaparecer na caverna, logo no 1º episódio da série, o garoto Mikkel fica preso no ano de 1986. Neste período, ele é adotado, ganha um novo nome de Michael, cresce, se casa e tem um filho chamado Jonas Kahnwald — o mesmo Jonas que estava com Mikkel quando ele sumiu na caverna em 2019. Depois, descobrimos que outra versão de Jonas apareceu naquele momento e induziu o garoto a entrar na caverna, fazendo o que tinha que ser feito para que mais tarde o próprio Jonas pudesse nascer. Em resumo, a existência de Jonas depende de Michael, e vice-versa, desencadeando um ciclo sem fim

conhecido como o *Paradoxo de Bootstrap*, mencionado pela própria série e que já havia sido citado anteriormente nesta pesquisa.

Imagem 6 - *Paradoxo de Bootstrap* mencionado em *Dark*, no 3º episódio da 2ª temporada.



Fonte: Captura de tela e colagem das cenas em sequência realizada pela autora (2022).

A ideia do *Paradoxo de Bootstrap* é a de que quando um objeto ou informação volta no tempo, ele fica preso em um *loop* eterno de causa e efeito no qual já não tem mais ponto de origem evidente, ou seja, ele passa a existir sem nunca ter sido criado. Outro exemplo desse paradoxo em *Dark* é o livro *Uma Jornada Através do Tempo*, de H. G. Tannhaus. A versão adulta da personagem Claudia Tiedemann ganha este livro de presente, enquanto sua versão mais velha volta ao passado para entregá-lo ao autor sem antes mesmo dele ter escrito. Tannhaus decide então publicar o livro e, anos depois, uma cópia vai parar na mão da versão adulta de Claudia. Nesse ciclo, a existência do livro é um fato, mas não se sabe a origem do mesmo por nunca ter sido mostrado o processo de escrita. Tannhaus só consegue publicar a obra porque a recebeu de Claudia, que por outro lado, só tem acesso ao livro porque ele o publicou.

O arco narrativo de Charlotte Doppler entra na mesma lógica. A personagem nunca conheceu os próprios pais e tem duas filhas: Franziska e Elisabeth. Quando Elisabeth cresce, tem uma filha chamada Charlotte, que é levada para o passado pela sua mãe e que cresce sem saber quem são seus pais. A própria existência de ambas é vinculada a esse paradoxo, de forma que Elisabeth é mãe e, ao mesmo tempo, filha de Charlotte, e não se sabe ao certo qual das duas veio primeiro, pois não ficou claro quando Elisabeth voltou no tempo. Uma curiosidade nesse arco narrativo é que H. G. Tannhaus, o autor do livro *Uma Jornada Através do Tempo*, foi quem criou Charlotte.

Esse paradoxo elimina toda a ideia da linearidade do tempo. Para lidar com ele, a última temporada de *Dark* traz um novo conceito: os universos paralelos. No fim da segunda temporada, Jonas é salvo do apocalipse, que acontece no ano de 2020, pela personagem Martha Nielsen, porém de outro universo. No primeiro episódio da terceira temporada, a história ocorre no mundo alternativo em que Mikkel não viaja no tempo e, portanto, não se transforma no pai de Jonas — que, desta forma, nunca existiu.

Apesar de ser mostrada a existência de um universo paralelo, de fato, na terceira temporada, a série faz uso de alguns recursos nas temporadas anteriores para introduzir essa ideia alternativa. Um exemplo é na abertura de *Dark* que, desde o primeiro episódio, é composta pelo efeito de caleidoscópico, em que uma mesma imagem se desdobra em várias partes produzindo uma ilusão ótica. Ou seja, todas as imagens da abertura são espelhadas, sendo uma referência aos dois universos.

Imagem 7 - Frame da abertura da 1ª temporada de *Dark*



Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022).

Uma outra questão muito interessante em *Dark* é o recurso das mudanças físicas nos personagens e a forma como cada mundo, cada universo paralelo, é caracterizado, para facilitar que o espectador consiga se localizar nessa narrativa complexa e em qual mundo está

sendo apresentado tal cena. O mundo sem o Jonas, o de Martha, é o completo oposto visualmente do mundo de Jonas, aquele que já conhecíamos. Reposicionando todos os seus ambientes ao contrário, o cenário é todo espelhado, então é visivelmente possível entender quando a história está sendo contada no mundo dela. É possível identificar de qual mundo se trata, por exemplo, a partir de um corte na bochecha de Martha, uma vez que a posição do corte muda dependendo do mundo onde ela se encontra — além de escritos que, quando aparecem na tela, também aparecem espelhados.

Apesar de existir dois universos paralelos e as jornadas serem diferentes em cada um, os finais das duas são sempre iguais, de forma em que os personagens estão presos em um ciclo eterno com os mesmos acontecimentos.

4.1.6 *MULTILOTS*

O enredo de *Dark* se desenrola em uma pluralidade de personagens que, dentro de viagens no tempo amplamente exploradas, acabam por ter várias versões de si mesmos a cada 33 anos. Por exemplo, a personagem Claudia Tiedemann tem a sua versão criança de 1953, a versão adulta de 1986 e a versão idosa de 2019, que é o tempo presente da série. Desta forma, cada personagem tem no máximo 3 versões, e a medida em que elas vão aparecendo na trama vai ficando mais difícil de reconhecer e ligar os atores a seus respectivos personagens. Um recurso muito interessante utilizado em *Dark* para ajudar, justamente, nessa identificação de quem é quem, em qual tempo, é a montagem paralela. Ela mostra trechos do passado, presente e futuro divididos na tela do *streaming*. Este recurso, além de enfatizar de qual personagem se trata tal versão, ele ainda ilustra didaticamente onde estamos na série, por relembrar que as versões são de tal época. A seguir, um exemplo desse formato que aparece pela primeira vez na série com as versões dos personagens Regina Tiedemann, Ulrich Nielsen e Charlotte Doppler, respectivamente.

Imagem 8 - Montagem paralela no 3º episódio da 1ª temporada.



Fonte: Captura de tela e montagem realizada pela autora (2022).

Além da diversidade de personagens, a série ainda possui personagens muito complexos que faz com que fique difícil do público conseguir distinguir quem é do bem e quem é do mau. Isso pode fazer o espectador assumir, por exemplo, que na 1ª temporada, Noah é um psicopata e mal caráter, enquanto Jonas é o herói que vai salvar a vida de todos. Mas isso acaba não se mostrando tão simples assim quando o público descobre a existência de diversos novos personagens e versões, e começa a acompanhar a árvore genealógica das famílias, que a cada episódio vai aumentando mais – isso é o chamado *multiplots*, uma narrativa com diversos arcos narrativos por conta de vários personagens. Só acaba sendo possível entender as motivações de cada um a partir da segunda temporada, já que no início isso fica oculto.

4.2 CONTEÚDO TRANSMIDIÁTICO DE DARK

Conforme apontado por Domingos (2008), *storytelling* é a capacidade de contar histórias de forma estratégica, permitindo uma conexão entre a série de televisão e o espectador – no caso deste estudo. Em termos de narrativa transmídia, o intuito é evitar que um conteúdo tenha repetição entre as plataformas, e, ao invés disso, elas servirem de complemento uma para a outra. Porém, cada acesso à uma franquia pode ser autônomo, ou seja, é possível assistir ao filme sem ter lido tal livro, e vice-versa, de acordo com Jenkins (2009). Sendo assim, *Storytelling* Transmídia nada mais é do que contar histórias ou narrativas em diferentes plataformas. A ideia não é trabalhar com meios convergentes ou divergentes, mas sim complementares. Desta forma, é como se fosse um quebra-cabeça em que cada peça forma a narrativa principal, com cada peça funcionando como um paratexto.

A Netflix utiliza bastante o recurso da transmídia para divulgar novas temporadas de suas séries ou filmes, e falar um pouco sobre as obras, tentando despertar o interesse de seu público em assistir. Em *Dark*, essa ideia não seria diferente, porém também não iria ser igual com o mesmo jeito convencional das demais. Para a série alemã, a plataforma de *streaming* fez uso de vídeos no Youtube para mostrar o *teaser*⁴⁵ da última temporada⁴⁶, o elenco se despedindo da série⁴⁷, as melhores teorias que os fãs criaram⁴⁸, momentos mais surreais da trama⁴⁹, recapitulação das duas primeiras temporadas⁵⁰, entre outros, sendo todos esses vídeos publicados no ano de 2020, o ano de lançamento da terceira temporada. Além disso, foram criados também: o perfil oficial de *Dark* no Instagram⁵¹, com a construção de uma teia que conecta os personagens com as suas próprias versões e um com os outros, a partir de um *feed*⁵² mosaico; conteúdos de *Dark* no perfil da Netflix da Alemanha⁵³, como a narrativa alemã em 60 segundos⁵⁴ e uma rápida recapitulação da segunda temporada⁵⁵; conteúdos da

⁴⁵ Uma prévia para o produto final.

⁴⁶ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=9RNHKKYJvg8>> Acesso em 20 de março de 2022.

⁴⁷ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ohCUd6j8V3w>> Acesso em 20 de março de 2022.

⁴⁸ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=-pKtGI4bL5A>> Acesso em 20 de março de 2022.

⁴⁹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=aoxnEOoa1QM>> Acesso em 20 de março de 2022.

⁵⁰ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=iAnB6ezderc>> Acesso em 20 de março de 2022.

⁵¹ Disponível em: <https://instagram.com/darknetflix?utm_medium=copy_link> Acesso em 20 de março de 2022.

⁵² Aba que reúne todas as postagens de um perfil.

⁵³ Disponível em: <https://instagram.com/netflixde?utm_medium=copy_link> Acesso em 20 de março de 2022.

⁵⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/tv/CBYEDuXg-HI/?utm_medium=copy_link> Acesso em 20 de março de 2022.

⁵⁵ Disponível em <https://www.instagram.com/p/CBx_eAvCbqP/?utm_medium=copy_link> Acesso em 20 de março de 2022.

série alemã no perfil da Netflix do Brasil⁵⁶, como por exemplo o próprio elenco ter resumido a primeira e a segunda temporada em 120 segundos⁵⁷ e memes criados pelos espectadores⁵⁸; e, por fim, conteúdos adicionais na página dedicada a Dark dentro do site da Netflix, como trailers e resumos das temporadas (os mesmos conteúdos que podem ser encontrados também no canal da Netflix no Youtube).

Devido a complexidade da narrativa e de todos esses conteúdos que precisaram ser criados para facilitar o entendimento do público perante a série, a estratégia transmídia, e o *Storytelling* Transmídia, de Dark se expandiu em mais dois meios: a criação de um site interativo e de diversos perfis no Instagram. Para realizar a análise dessas duas estratégias, optamos por selecionar 3 arcos narrativos da série alemã e observar como eles foram desenvolvidos e narrados dentro das duas plataformas – seguindo a trajetória do usuário –, a fim de facilitar o entendimento do espectador em relação a Dark. Os momentos escolhidos tiveram como justificativa trazer cenas das 3 temporadas, com arcos narrativos distintos e complexos, para mostrar as diferentes possibilidades de experiências que o usuário pode ter nas plataformas às quais essa pesquisa se refere.

1) Os personagens Mikkel e Michael são a mesma pessoa

Um dos grandes acontecimentos da 1ª temporada e de toda a série foi a descoberta de que Mikkel era, na verdade, Michael, o pai de Jonas que se suicidou no início do 1º episódio da série. Logo no começo, Mikkel desaparece nas cavernas de Winden no ano de 2019 e acaba indo para 1986, no final do 2º episódio, onde é obrigado a recomeçar a vida. Lá, Mikkel é adotado e conhece a jovem Hannah, com quem formaria uma família e teria o filho Jonas. A confirmação de que eles acabam sendo a mesma pessoa vem no final do 5º episódio da 1ª temporada.

2) Charlotte e Elisabeth: mãe e filha/filha e mãe

O *Paradoxo de Bootstrap* volta a tomar conta desse enredo quando descobrimos que Elisabeth é filha e, ao mesmo tempo, mãe de Charlotte. No futuro pós-apocalíptico, Elisabeth conhece Noah e têm uma filha chamada Charlotte. A bebê volta pro passado e vive sua linha cronológica sem interrupções, conhecendo Peter e tendo duas filhas: Franziska e a própria

⁵⁶ Disponível em: <https://instagram.com/netflixbrasil?utm_medium=copy_link> Acesso em 20 de março de 2022.

⁵⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/tv/CB8VovvjMc5/?utm_medium=copy_link> Acesso em 20 de março de 2022.

⁵⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/tv/CB8VovvjMc5/?utm_medium=copy_link> Acesso em 20 de março de 2022.

Elisabeth. *O 8º episódio da 2ª temporada* revela isso quando no início mostra Elisabeth com uma caixa de recordações e um dos itens é uma foto dela, Noah e uma bebê, uma foto extremamente parecida com a que Noah dá a Charlotte, quando revela pra ela que é seu pai.

3) A existência de um universo paralelo

Um dos grandes tópicos que justificam a narrativa complexa é a presença de outra realidade. *O 1º episódio da 3ª temporada* já começa apresentando um universo alternativo da cidade de Winden, onde as pessoas são diferentes do outro universo, Mikkel nunca desapareceu e, conseqüentemente, Jonas nunca existiu.

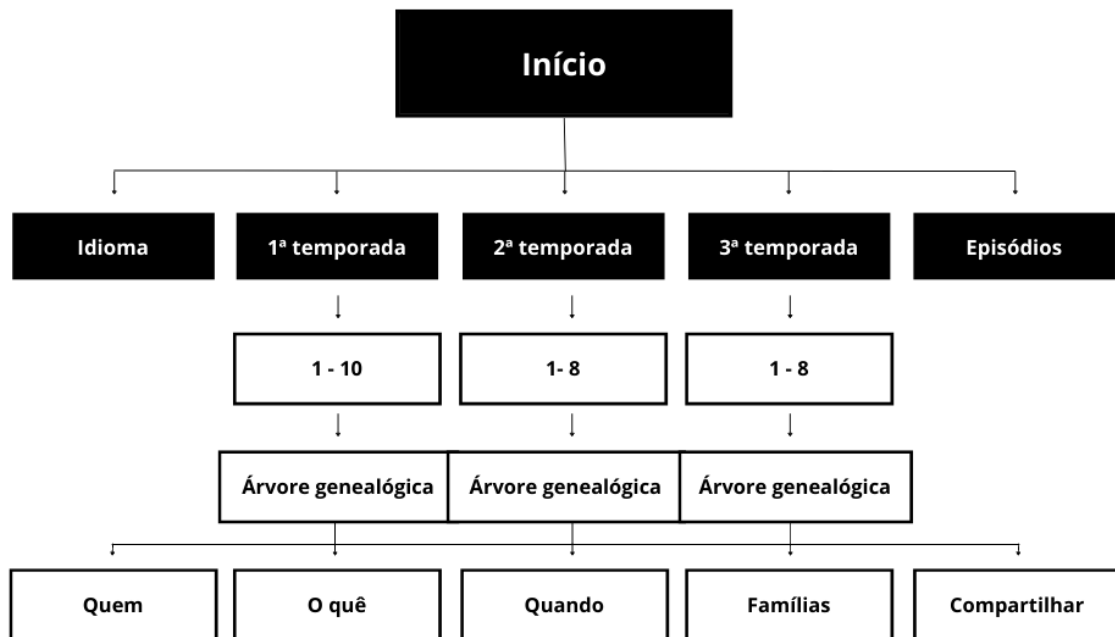
4.2.1 SITE OFICIAL DE DARK

Após lançar a 3ª temporada de Dark no dia 27 de junho de 2020, a Netflix anunciou a existência de um site interativo para ajudar os espectadores a entenderem todos os nós da complexa produção alemã — esclarecendo a trama da série sem dar nenhum *spoiler*. Vale ressaltar que esse site foi criado em 2019, dias após o lançamento da 2ª temporada, conforme o anúncio no perfil de Dark no Instagram⁵⁹, mas sua estrutura era bem diferente e acabou sofrendo diversas atualizações até lançar a última temporada, o que pode ser classificado como sendo um site dinâmico em que sofreu alterações constantemente de acordo com o andamento da série. Os criadores se aprofundaram na plataforma, nomeada como “O Guia Oficial”, com o objetivo de ajudar os fãs a entenderem a trama que se desenrola na série, mostrando todas as viagens no tempo, linhas temporais e apresentando uma árvore genealógica da relação de cada um dos personagens. Este é um produto independente por possuir sua própria URL (<https://dark.netflix.io/>), e estar fora do espaço dedicado a série na plataforma da Netflix. Além disso, o site é responsivo adaptando-se ao ser acessado por diferentes dispositivos móveis, manter a mesma qualidade e unidade visual, sem alterar o conteúdo.

Antes de analisar detalhadamente todo o site, foi realizado um fluxograma da plataforma para compreender a estrutura e os possíveis caminhos que o usuário pode percorrer nessa trajetória, conforme mostrado na Figura 1.

⁵⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BzFybuHlxVu/?utm_medium=copy_link>

Figura 1 - Fluxograma do site de Dark.



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Este site foi projetado, justamente, para imersão, introduzindo diversos elementos multimídia, hipertexto e interativo que permitem apresentar uma experiência imersiva ao usuário. Uma das principais características oferecidas por esta plataforma é a possibilidade de escolher entre oito idiomas, incluindo o português do Brasil, polonês e turco, abrindo uma diversidade linguística maior do que a oferecida na série, com apenas o inglês, italiano, francês, português e, obviamente, o alemão.

A plataforma em si mantém o mesmo *design* da série, caracterizado com um ar sombrio. Essa escuridão estará presente em toda a experiência, podendo ser observada desde o início, na animação ao entrar na plataforma em que aparece o símbolo do infinito para carregar a página, seguido do título de Dark (Imagem 9), até a trilha sonora que acompanha a experiência, que remete aos sons de suspense encontrados na própria série, além de outros efeitos visuais e sonoros característicos de Dark, que aparecem à medida em que o usuário navega. Estes recursos criam um clima de suspense que contribui, em todos os momentos, com a narração interativa, tornando a experiência mais imersiva. O som pode ser ativado e desativado a qualquer momento, dependendo da escolha do usuário, através do botão localizado na parte inferior direita da tela.

A partir deste momento, iremos acompanhar a trajetória do usuário navegando pelo site interativo de Dark. Começamos pelas Imagens 9, 10 e 11, em que podemos observar o caminho linear feito pelo usuário logo quando ele entra na plataforma. Em seguida, temos o

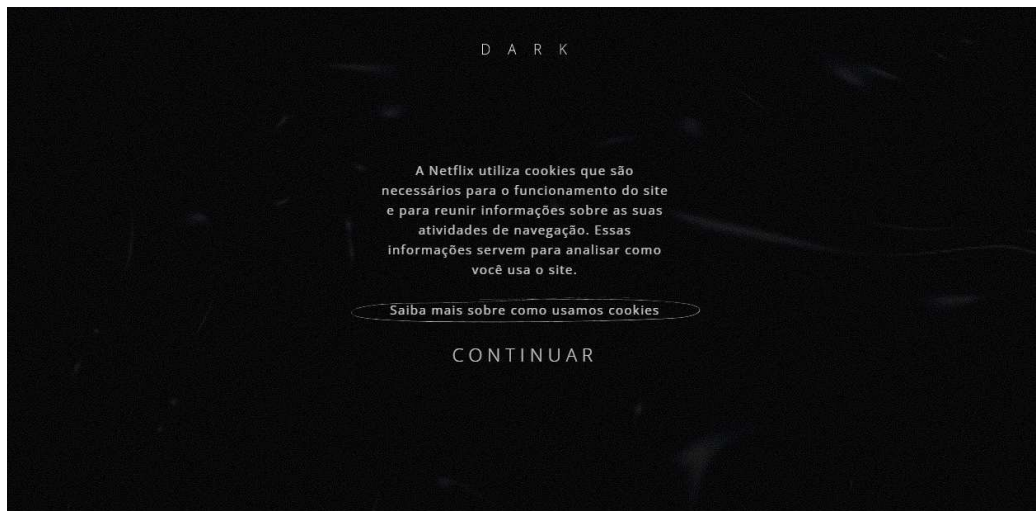
contato com a triquetra, a árvore genealógica e a descrição de personagens e arcos narrativos. Por fim, terminamos a jornada do usuário com o menu de seleção nomeado por “quem”, “o quê” e “quando” apresentado no canto superior esquerdo da tela.

Imagem 9 - Página inicial do site de Dark.



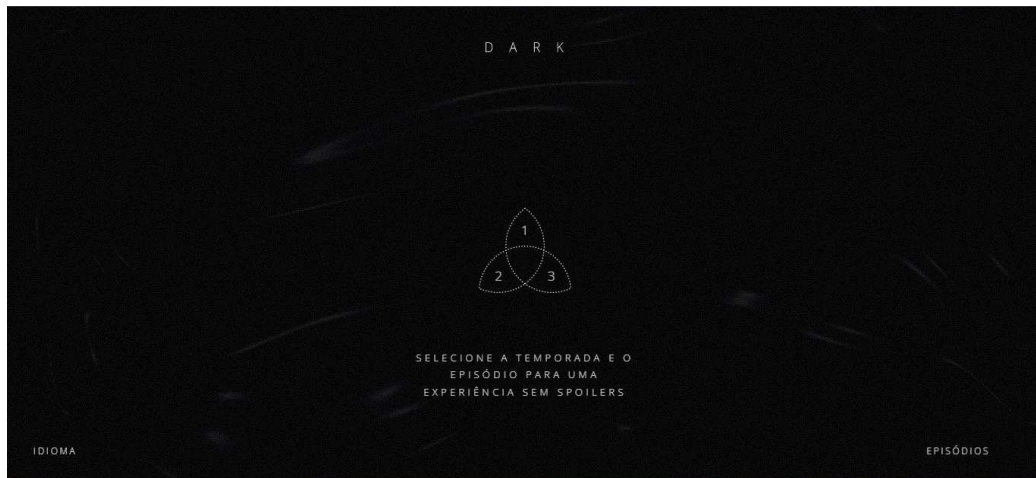
Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022).

Imagem 10 - Página em que o usuário aceita os *cookies* do site.



Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022).

Imagem 11 - Página em que o usuário escolhe qual temporada deseja ter informações.



Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022).

Triquetra

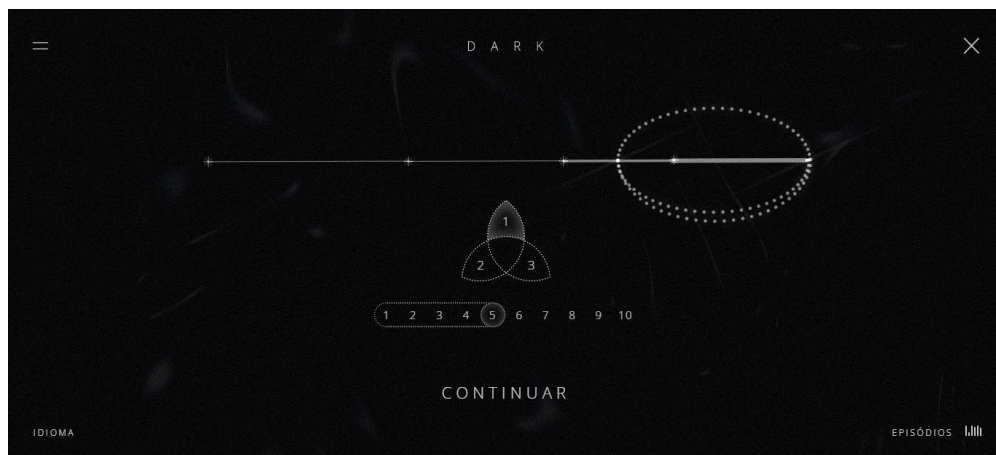
De início, o site convida o usuário a aceitar o uso de *cookies* (Imagem 10) para analisar de que forma a plataforma está sendo usada. Em seguida, o usuário se depara com o menu de seleção no formato de triquetra⁶⁰ (Imagem 11), que consiste na porta de acesso a todo o conteúdo. Ele se refere a um recurso simbólico, recorrente na trama, que é associado a alguns elementos-chave, como as cavernas de Winden usadas pelos viajantes para atravessar o tempo, por exemplo. Cada parte desta figura está ligada a uma temporada da série. Nesse sentido, a triquetra funciona como um "guia" indicando ao usuário em qual linha do tempo ele se encontra em determinado momento.

Uma das propostas mais interessantes desse site é o fato de sua estrutura ter sido projetada para não conter *spoilers* ou, para prevenir o usuário de esbarrar com algum *spoiler*. Logo no início, conforme demonstrado na Imagem 11, o intuito da plataforma é levar o usuário a ter uma “experiência sem spoilers”. Toda a estruturação do site foi projetada para que o usuário receba informações de acordo com o episódio que escolher, desta forma, ele saberá apenas o que foi mostrado na série até aquele ponto não correndo o risco de ver o que não deveria. Então, por exemplo, caso um personagem já tenha viajado no tempo, mas ainda não tenha sido descoberto até aquele episódio, o usuário não terá essa informação. Em resumo, a triquetra pode ser considerada um recurso visual e interativo que fomenta e transmite o conteúdo proposto por essa plataforma, permitindo dar início a narrativa transmídia de Dark e propondo uma nova experiência narrativa ao usuário.

⁶⁰ Símbolo celta formado por três arcos interligados.

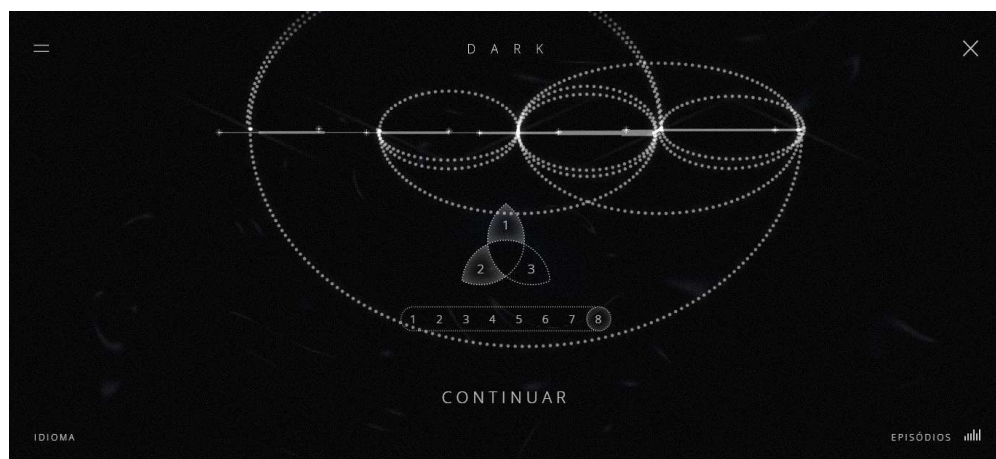
Para acessar os conteúdos, o usuário deve selecionar a temporada na triquetra e, a partir da barra horizontal que aparece abaixo dela, o episódio que deseja – de 1 a 8 ou de 1 a 10, dependendo da temporada –, como pode ser visto nas Imagens: 12, 13 e 14. A partir do episódio selecionado, na parte central da tela começará a ser desenhada uma nova triquetra em que as linhas contínuas representam o tempo (ano) e as linhas pontilhadas indicam as viagens no tempo feitas pelos personagens até aquele momento na série. Para expor as diferentes experiências do usuário, abaixo será feita uma comparação de como é mostrada essa etapa do site entre os 3 arcos narrativos escolhidos para serem analisados – Mikkel e Michael são a mesma pessoa, com revelação no 5º episódio da 1ª temporada; Charlotte e Elisabeth: mãe e filha/filha e mãe, com revelação no 8º episódio da 2ª temporada; e a existência de um universo paralelo, com revelação no 1º episódio da 3ª temporada.

Imagem 12 - Selecionando o 5º episódio da 1ª temporada no site de Dark.



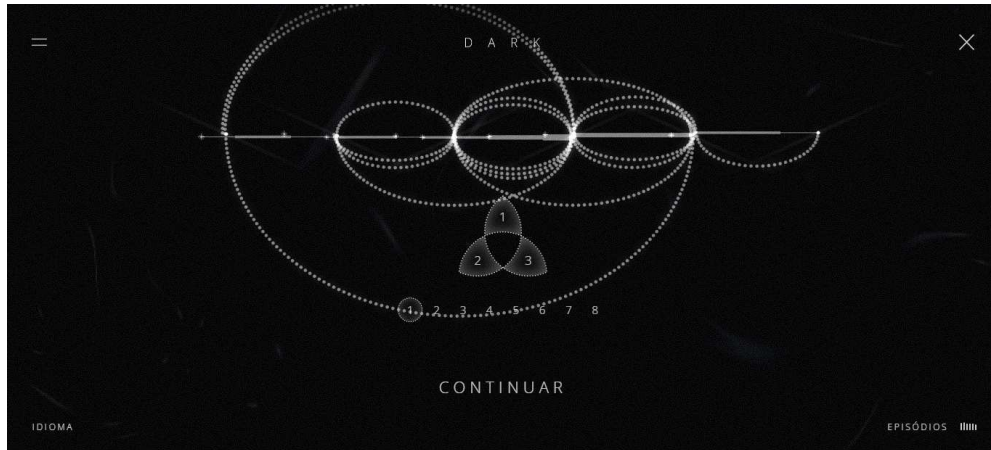
Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022).

Imagem 13 - Selecionando o 8º episódio da 2ª temporada no site de Dark.



Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022).

Imagem 14 - Selecionando o 1º episódio da 3ª temporada no site de Dark.



Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022).

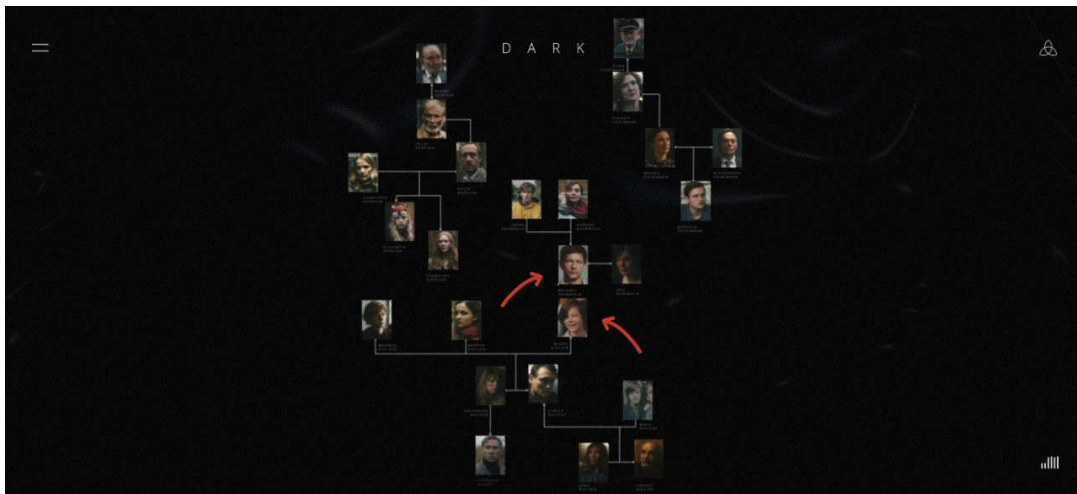
Neste sentido, à medida em que o usuário vai se aproximando do final da série, este elemento aparecerá mais completo, com diversas linhas contínuas e pontilhadas aumentando gradativamente a cada episódio.

Árvore genealógica

É perceptível a total ausência de vídeo no site, tópico que o diferencia do espaço dedicado à série na página da Netflix, no qual esse recurso é bastante utilizado – seja nos próprios episódios da ficção seriada, como nos conteúdos adicionais da mesma. O site utiliza como elemento narrativo recursos fotográficos que aparecem nas cenas da própria série. Pelo fundo ser escuro, predominam imagens com luz de fundo e tons levemente saturados para dar um contraste.

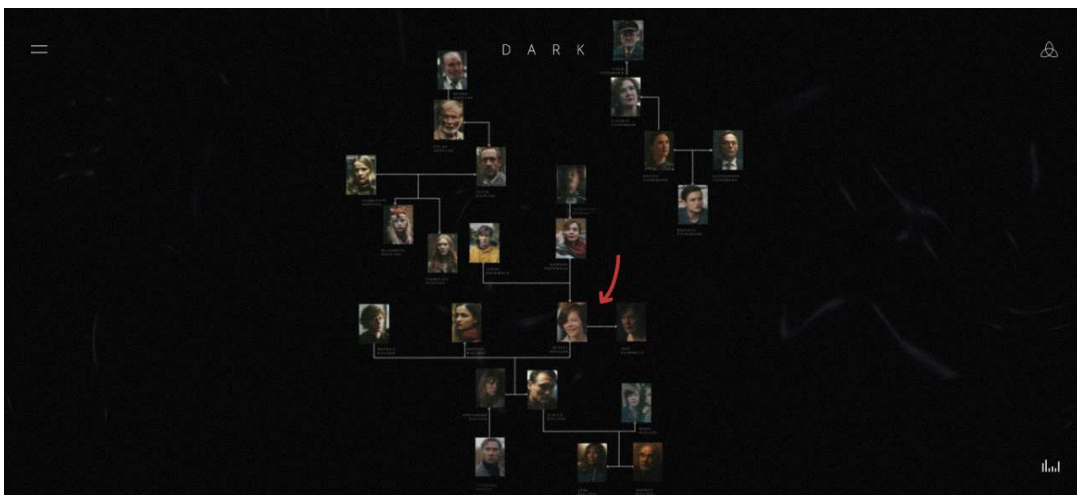
Depois do usuário selecionar a temporada e o episódio em que está, e clicar no botão de "Continuar", aparece em seguida uma árvore genealógica com as fotos dos personagens da série, mostrando a relação entre eles, caso isso já tenha sido revelado até o momento do episódio selecionado. A quantidade de personagens que aparece e a relação entre eles também vai aumentando gradativamente até o último episódio da série. Para o estudo deste recurso foi feita a demonstração e como é narrada a história, nas Imagens 15 a 19, dos 3 arcos narrativos escolhidos aqui nesta pesquisa.

Imagem 15 - Árvore genealógica do 4º episódio da 1ª temporada.



Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022).

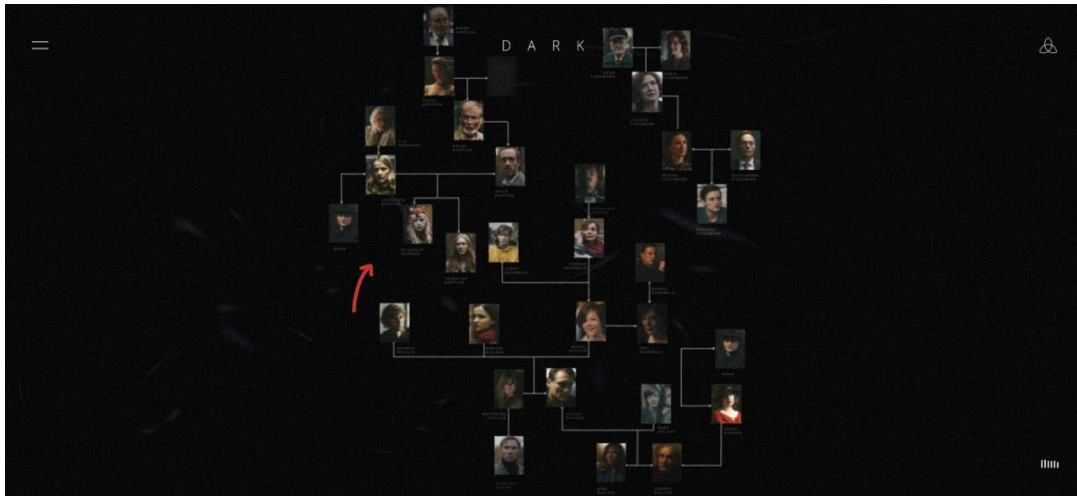
Imagem 16 - Árvore genealógica do 5º episódio da 1ª temporada.



Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022).

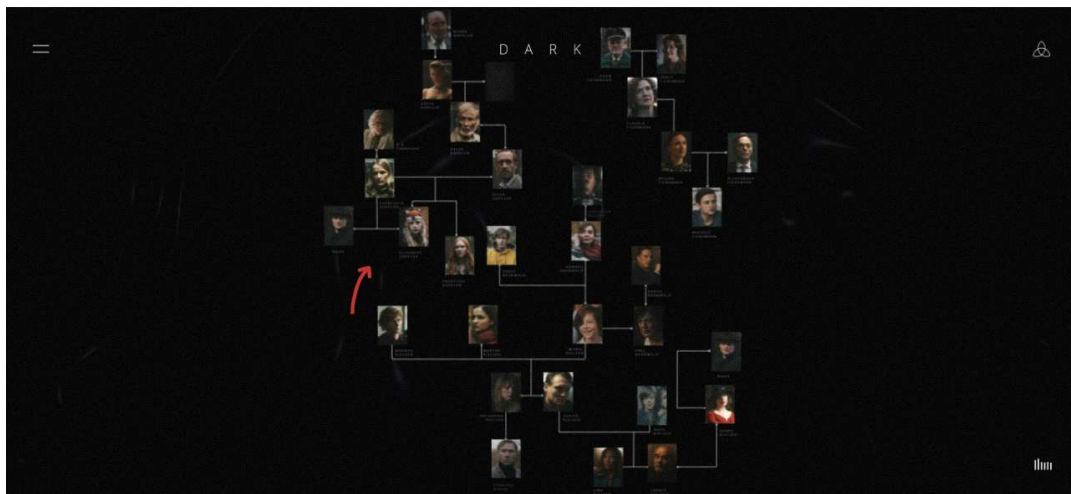
Nas Imagens 15 e 16, pode ser observado claramente a diferença entre as árvores genealógicas do 4º e 5º episódios da 1ª temporada. Até o final do 4º episódio, fica incerta a relação entre os personagens Mikkel e Michael. Finalmente, no 5º episódio, é revelado oficialmente que Mikkel e Michael são a mesma pessoa – através de uma carta escrita por Michael e deixada para seu filho, Jonas. Deste modo, após o espectador assistir aos episódios, ele poderá entrar na plataforma, observar essa diferença, entender claramente esse acontecimento e seguir a linha de raciocínio da série.

Imagem 17 - Árvore genealógica do 7º episódio da 2ª temporada.



Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022).

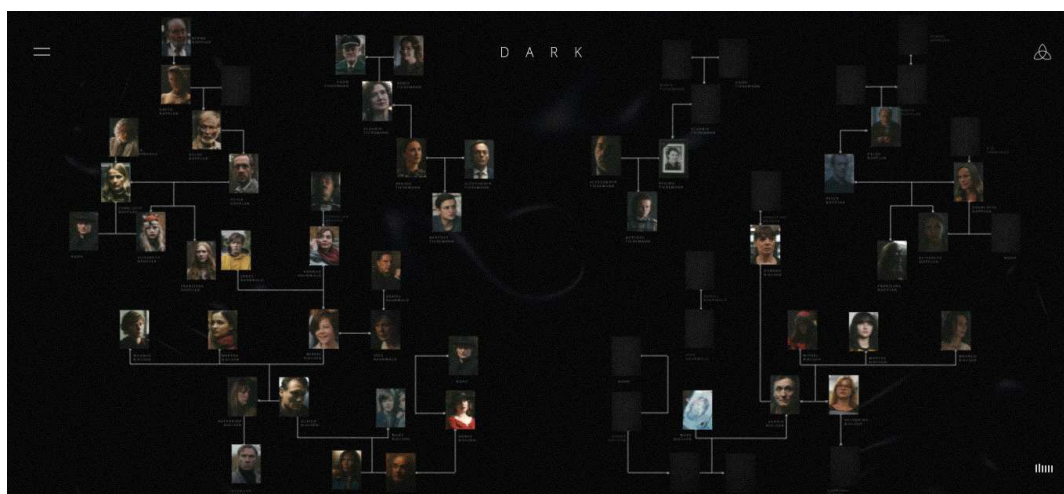
Imagem 18 - Árvore genealógica do 8º episódio da 2ª temporada.



Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022).

Também nas Imagens 17 e 18, pode ser observado claramente a diferença entre as árvores genealógicas do 7º e 8º episódios da 2ª temporada. Desde o início da série até o final do 7º episódio da 2ª temporada, não sabemos quem é a mãe de Charlotte, que nasceu sem conhecer os pais. Por fim, no 8º episódio da 2ª temporada, nos é revelado, somente por imagens sem diálogos, que Elisabeth, filha de Charlotte, é também a mãe da própria Charlotte. Deste modo, após o espectador assistir aos episódios, ele poderá entrar na plataforma – ou acompanhar a história da série só pela plataforma, passando de episódio em episódio –, observar essa diferença, entender claramente esse acontecimento e seguir a linha de raciocínio da série.

Imagem 19 - Árvore genealógica do 1º episódio da 3ª temporada.



Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022).

Na Imagem 19, o usuário é apresentado, pela primeira vez, à primeira versão da árvore genealógica contendo os dois universos, sendo o da esquerda dedicado ao mundo que o usuário acompanhou até a 2ª temporada, e o da direita, o alternativo apresentado na 3ª temporada. O motivo de alguns nomes estarem com fundo preto, sem fotos, é por conta de não terem aparecido até o presente momento no novo mundo revelado, mas já conhecemos por fazerem parte do mundo anterior. Como já foi dito anteriormente, os universos são opostos, logo, a nova árvore genealógica (do mundo de Martha) é espelhada do mundo de Jonas, formando o efeito caleidoscópico.

Descrição de personagens e arcos narrativos

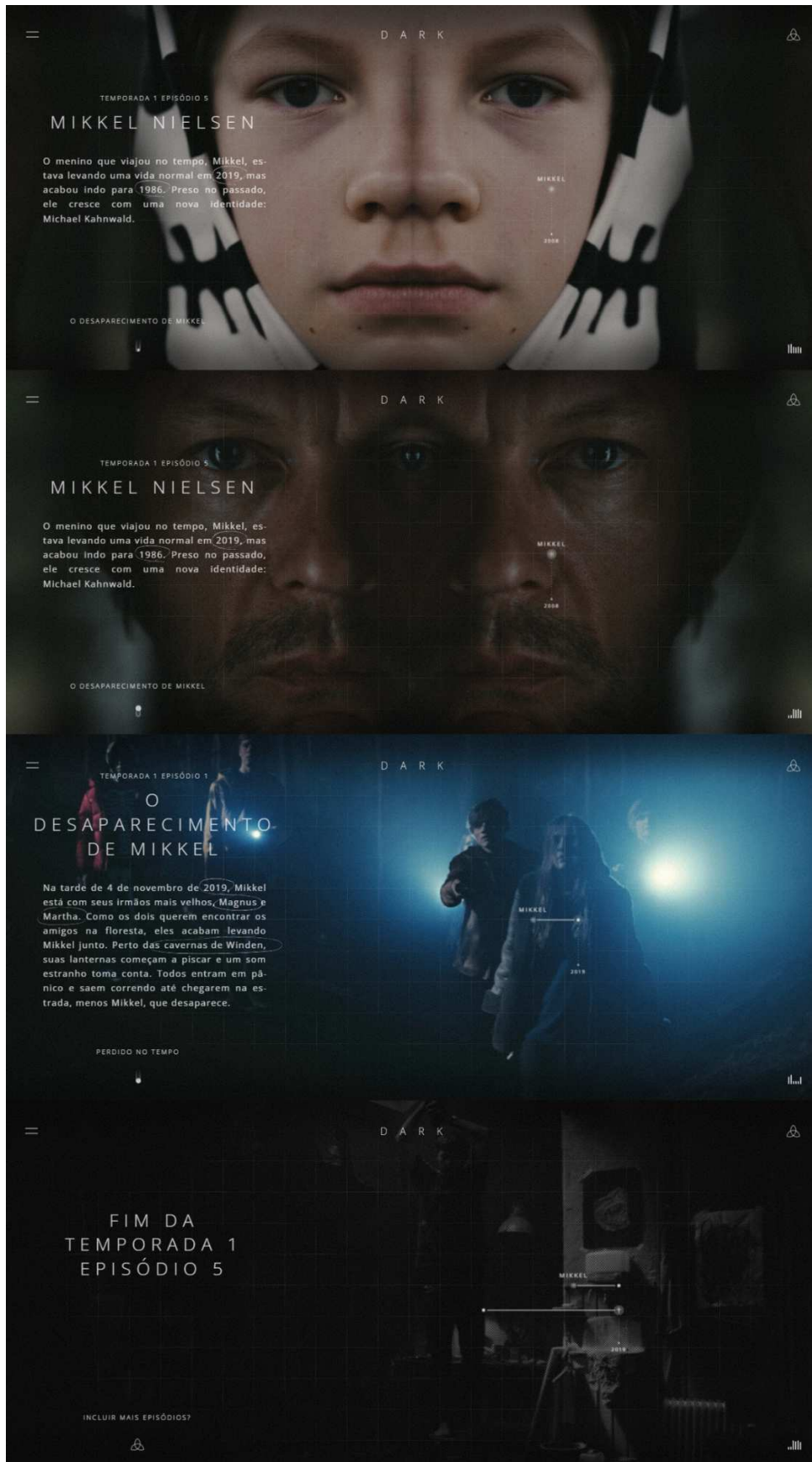
Outro elemento narrativo bastante utilizado no site é o texto, que acompanha e complementa as imagens, sendo associado a um determinado personagem, lugar ou tempo. Cada uma das fotos presentes nas árvores genealógicas inclui um *hiperlink*⁶¹, de modo que ao clicar sobre elas se abre uma nova página com todas as informações sobre o personagem selecionado – uma descrição, qual seu papel na série, além de uma linha temporal que mostra se ele já fez uma viagem no tempo. Considerando a variedade de cores da plataforma, com clara predominância do preto, é utilizada uma tipografia branca em todos os casos.

Com mais imagens complementando os arcos narrativos, elas são caracterizadas pelo uso estático ou o efeito caleidoscópico, aplicados em primeiro plano, que é o tipo de enquadramento utilizado, nos rostos dos personagens. O efeito caleidoscópico se relaciona com

⁶¹ O usuário é direcionado a um novo documento, podendo ser dentro do mesmo site ou não.

a abertura da série, em que aparece o mesmo recurso visual, e que está ligado ao enredo de Dark no qual os personagens são mostrados em várias dimensões do tempo e espaço.

Imagem 20 - Arco narrativo do Mikkel, ao selecionar o 5º episódio da 1ª temporada.



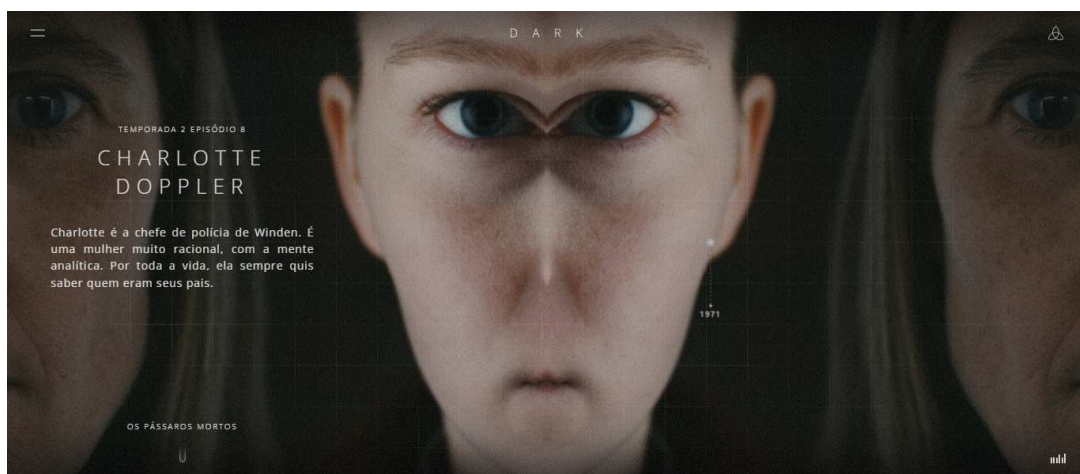
Fonte: Captura de tela e montagem das telas realizada pela autora (2022).

A primeira e a segunda captura de tela da Imagem 20 são da mesma página, ou seja, as versões do personagem selecionado ficam passando na tela de forma horizontal e com o efeito caleidoscópico. Essa sequência de capturas de tela foram recolhidas de informações até o 5º episódio da 1ª temporada. Selecionando o episódio anterior, os personagens Mikkel e Michael aparecem em hipertextos separados e com apenas uma versão de cada, pois ainda não é revelado que eles são a mesma pessoa.

Considerando que as tramas na série brincam a todo momento com viagens no tempo e uma complexidade narrativa, a plataforma continua propondo formatos que facilitem o entendimento da narrativa. Ao acessar um personagem, o usuário pode acompanhar o enredo de forma cronológica (usando a rolagem presente no canto inferior esquerdo), como mostra a Imagem 20. Desta forma, é narrada cronologicamente a trajetória do personagem selecionado até o presente momento da história. Como exemplo o caso do Mikkel: começa com um curto texto explicando quem é esse personagem, passando pelo seu desaparecimento, mostrando ele perdido em 1986, encontrando a sua futura esposa, finalizando com o seu suicídio no ano de 2019. Isso marca uma diferença em relação à ficção seriada, em que a ordem dos fatos não é linear, confundindo ainda mais o momento em que acontecem os saltos temporais, que detalham simultaneamente tramas desenvolvidas em várias linhas do tempo.

Quando o usuário chega até o “final” da história do personagem naquele presente momento do episódio selecionado, a última captura de tela da Imagem 20 aparece, de forma a lembrar que o usuário se encontra naquele episódio e todas as informações que foram apresentadas estão dentro dessa cadeia de episódios exibidos até então.

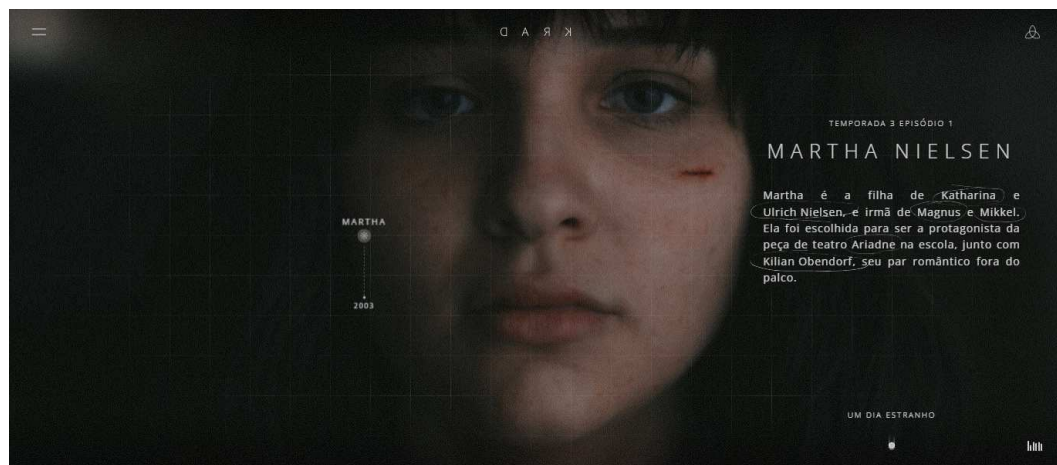
Imagem 21 - Sobre Charlotte Doppler, ao selecionar o 8º episódio da 2ª temporada.



Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022).

A trajetória da personagem Charlotte Doppler também é contada de forma cronológica (Imagem 21). À medida em que os episódios vão sendo selecionados, vai gerando um aumento na quantidade de informações dos personagens, que vão sendo acrescentadas dentro desse hipertexto.

Imagem 22 - Sobre Martha Nielsen do universo alternativo, ao selecionar o 1º episódio da 3ª temporada.



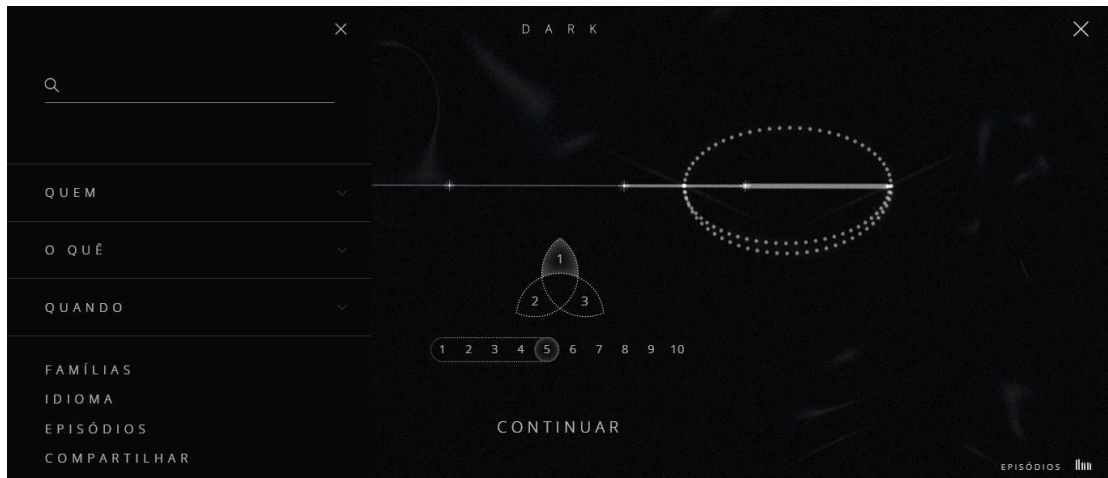
Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022).

Semelhante ao formato dos personagens dos exemplos anteriores, a apresentação dos personagens do mundo alternativo não seria diferente. Ela também é contada de forma cronológica a partir do episódio selecionado. Uma mudança visível é o escrito de Dark na parte superior central da tela, que está ao contrário, remetendo mais uma vez a ideia de que tudo no mundo alternativo é espelhado (Imagem 22).

Quem, o quê e quando

Outra dimensão dessa narrativa transmídia aqui presente se reflete no menu de seleção (Imagem 23), localizado na parte superior esquerda da plataforma, que permite ao usuário acessar informações relacionadas com "quem", "o quê" e "quando", além de outras, vinculadas à narrativa da série criada por Baran Bo Odar e Jantje Friese. É detalhada, a seguir, cada uma delas:

Imagem 23 - Menu de seleção do site de Dark.



Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022).

1. Quem: surgem novamente as fotos dos personagens que aparecem na ficção, a partir do episódio selecionado na triquetra. São as mesmas encontradas na árvore genealógica e, clicando sobre elas, a mesma informação do tópico “Descrição de personagens e arcos narrativos” é acessada. Em resumo, essas imagens são capturas de tela tiradas da própria série.
2. O quê: inclui referência a 40 objetos e lugares destacados na série alemã, como a carta de despedida de Michael, ouroboros, triquetra, as cavernas de Winden, a usina nuclear, entre outros. Ao clicar em cada um, aparece uma breve explicação do que se trata – podendo ser alterada ou acrescentada mais informações de acordo com a evolução dos episódios selecionados.
3. Quando: esta seção contém os diferentes anos em que a trama acontece. Especificamente: 1888, 1920/1921, 1953/1954, 1986/1987, 2019, 2019/2020, 2020 (pós-apocalipse), 2052 e 2052/2053.

Outros quatro botões de acesso completam esse menu, totalizando 7 seções:

4. Famílias: redireciona o usuário para a árvore genealógica, presente no episódio selecionado.
5. Idioma: permite modificar, a qualquer momento, o idioma da plataforma.
6. Episódios: reúne uma breve sinopse de cada um dos episódios das três temporadas da ficção alemã – trata-se do mesmo escrito apresentado no espaço dedicado a cada episódio da série na plataforma da Netflix. Além disso, inclui uma captura de tela de cada episódio, porém não leva o usuário a nenhum outro hipertexto.

7. Compartilhar: permite compartilhar a URL do site no Facebook, Twitter ou apenas copiar o link.

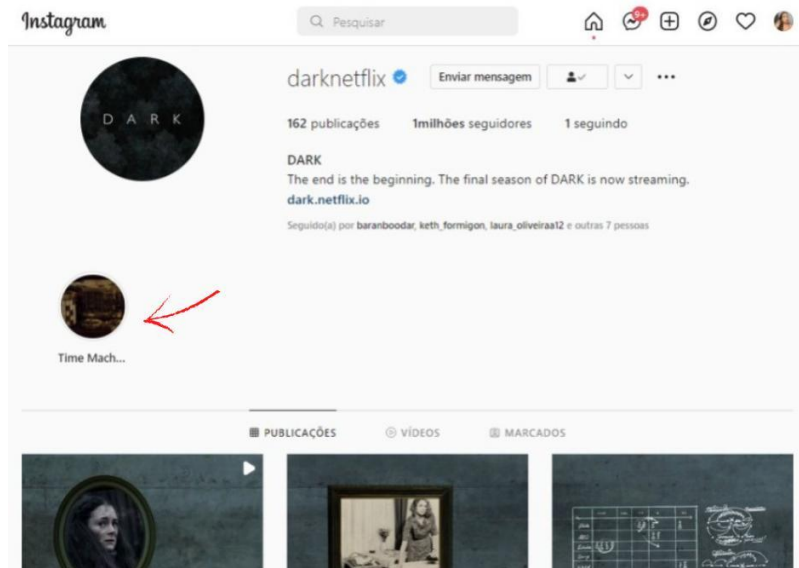
Toda essa estrutura e a interface aprofundada em cada seção tratam-se de elementos que compõem a plataforma em estudo e que articulam positivamente com o quebra-cabeça narrativo de *Dark*. Esse site funciona como um paratexto da série, um complemento do texto principal, um exemplo de narrativa transmídia, que ajuda o usuário/espectador a compreender melhor a série alemã em um formato diferente.

4.2.2 PERFIS OFICIAIS CRIADOS NO INSTAGRAM

Além do lançamento de um site interativo, *Dark* resolveu expandir ainda mais sua estratégia transmidiática. Desta vez, foi criado no *Instagram* perfis oficiais de décadas específicas que fazem parte da narrativa da série alemã, para que o espectador consiga alinhar, de forma cronológica, o que aconteceu, de forma bem resumida, em cada época. A ideia desta estratégia é, na verdade, dar um suporte e situar as informações para quem já assistiu a série, pois a forma de contar situações e cenas é bem diferente do site, indo mais direto ao ponto.

A divulgação desses perfis foi feita através dos *stories* do perfil oficial de *Dark* no Instagram, no dia 25 de maio de 2020 – um mês antes do lançamento da 3ª temporada. São totalizados 6 *stories*, que ainda podem ser encontrados na área de “destaques”, nomeado por “Time Machine” e traduzido para “máquina do tempo”, do perfil no Instagram (Imagem 24). Os conteúdos contam com vídeos curtos de imagens da 3ª temporada, no intuito de já preparar o espectador para a última temporada, e uma mensagem de “arraste para cima para viajar no tempo” que leva o usuário para cada conta alternativa.

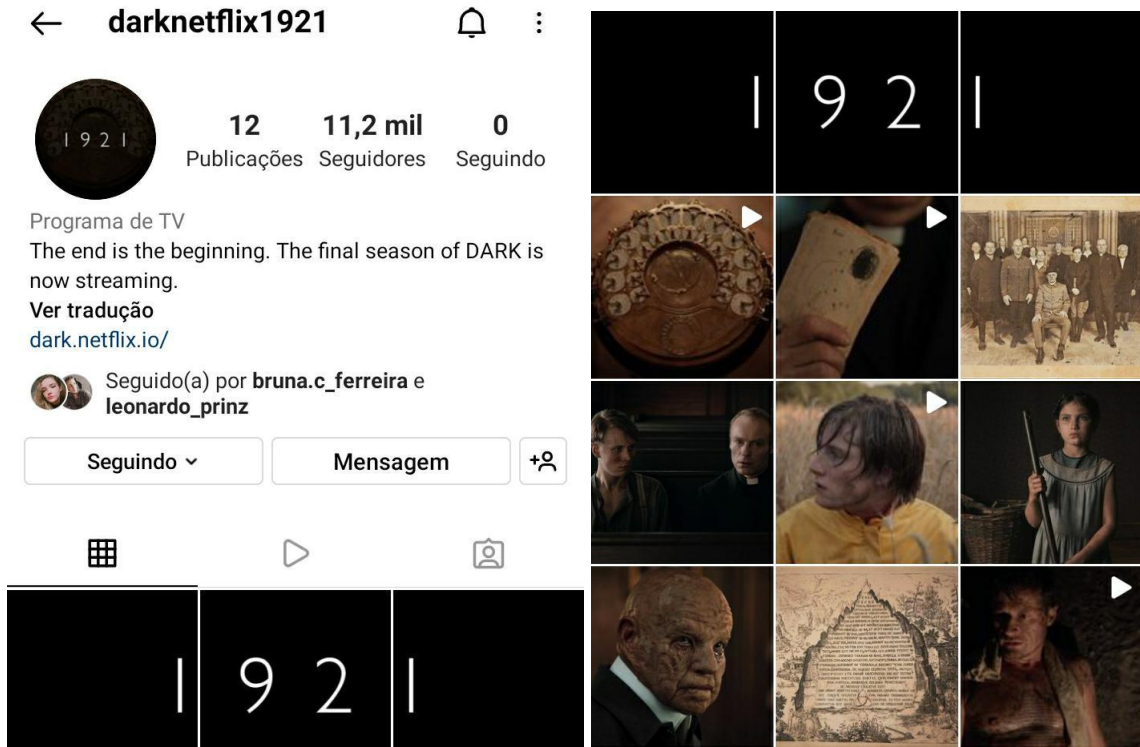
Imagem 24 - Perfil oficial de Dark no Instagram.



Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022).

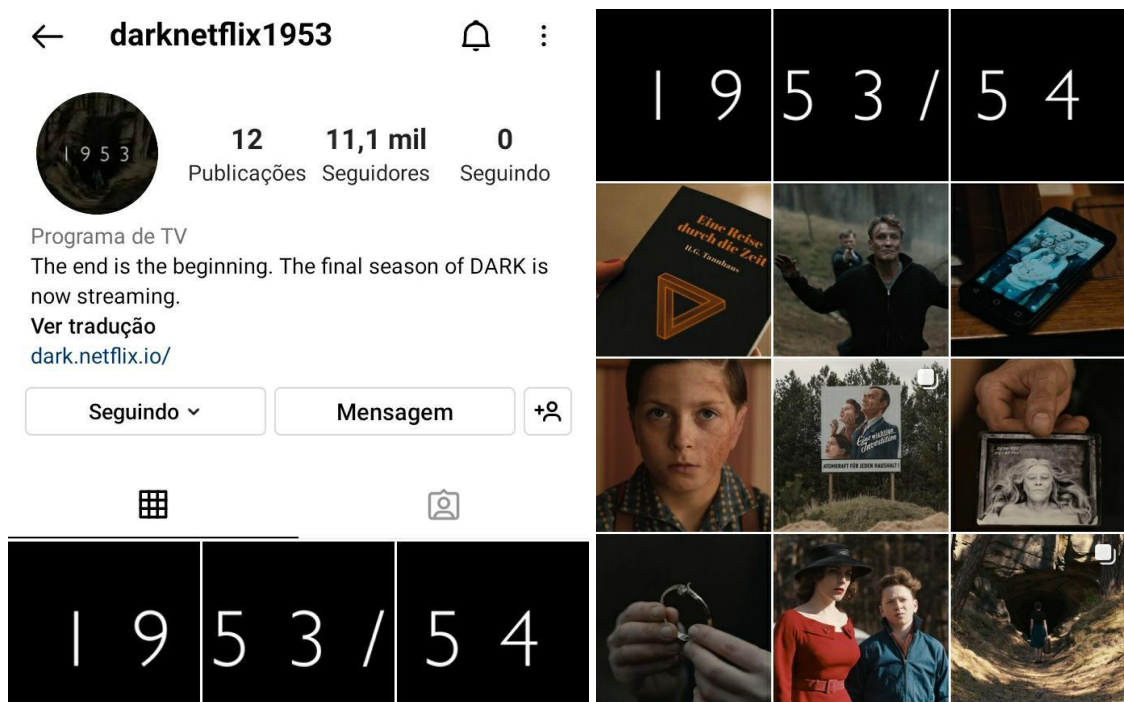
Foram criados 5 perfis para contar de forma cronológica, a partir de textos na legenda e vídeos na plataforma, cenas importantes de cada época, para facilitar que o usuário fique por dentro do que aconteceu em cada ano na série. As contas são denominadas como @darknetflix1921, @darknetflix1953, @darknetflix1986, @darknetflix2019 e @darknetflix2053, e não possuem verificação, diferentemente do perfil oficial de Dark. A página inicial dos perfis de cada ano podem ser vistas nas Imagens 25 a 29, e todas as publicações foram feitas também no dia 25 de maio de 2020. Além disso, todas essas contas alternativas possuem ao todo 12 publicações, com exceção do ano de 1986 que possui 11, e não seguem nenhum outro perfil no Instagram.

Imagem 25 - Perfil de Dark da década de 1921 no Instagram.



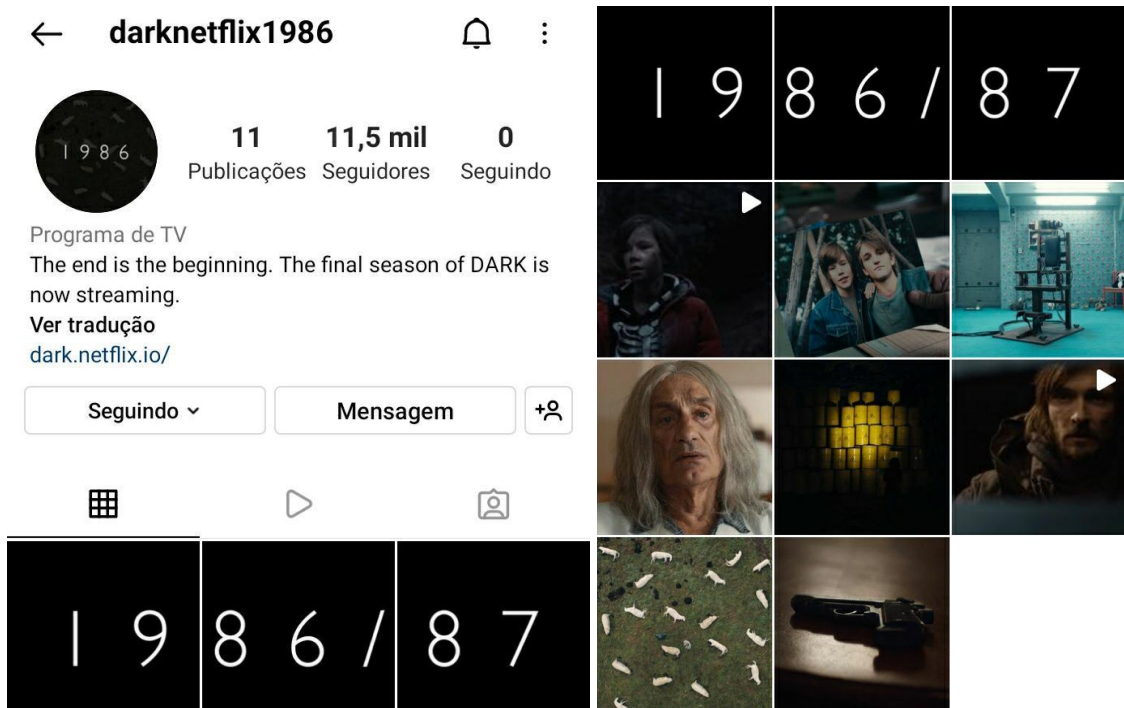
Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022).

Imagem 26 - Perfil de Dark da década de 1953 no Instagram.



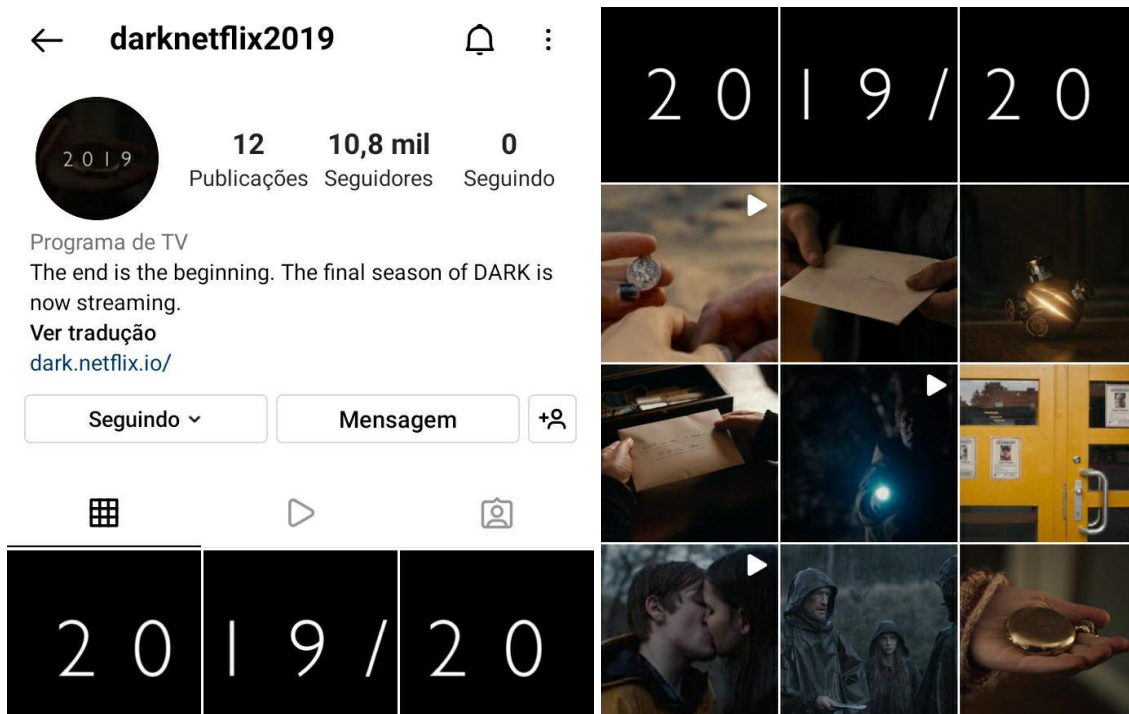
Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022).

Imagem 27 - Perfil de Dark da década de 1986 no Instagram.



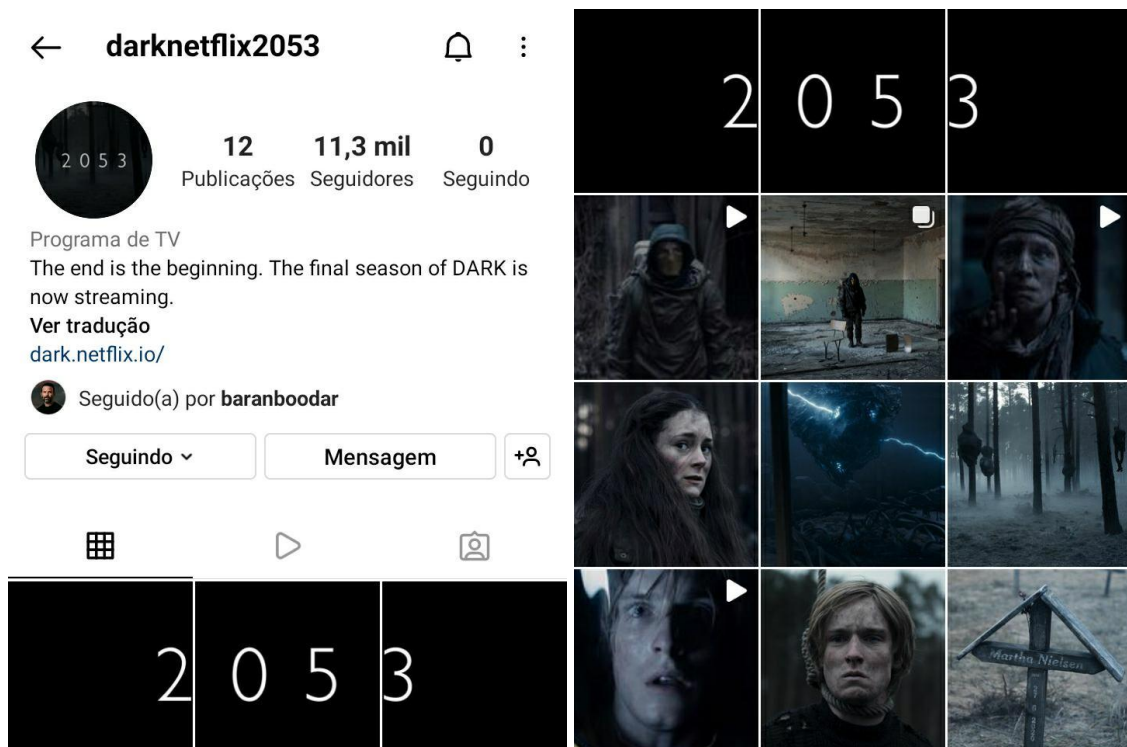
Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022).

Imagem 28 - Perfil de Dark da década de 2019 no Instagram.



Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022).

Imagem 29 - Perfil de Dark da década de 2053 no Instagram.

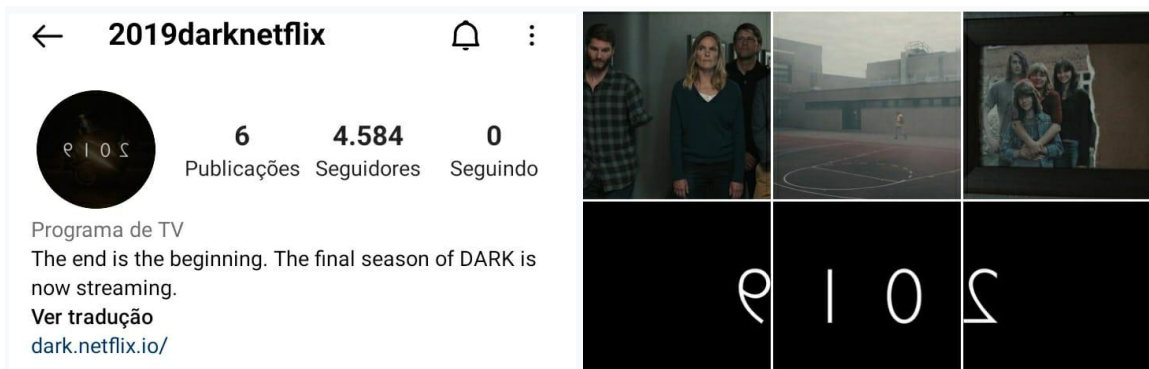


Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022).

Conforme pode ser observado, a mesma frase está na biografia de todos os perfis, inclusive na do perfil oficial da série: “*The end is the beginning. The final season of DARK is now streaming*”, traduzida para o português como “O fim é o começo. A temporada final de DARK já está sendo transmitida.”. Um detalhe importante é em relação ao link do site interativo, que também consta na biografia, ou seja, as estratégias transmidiáticas de Dark estão interligadas. Em resumo, entrando no perfil oficial de Dark no Instagram, o usuário pode ser levado tanto para o site interativo clicando no link da biografia, quanto para os perfis de cada ano ao clicar no único destaque do perfil.

Durante a pesquisa desta monografia, foi possível encontrar outros perfis semelhantes não oficiais que trazem a mesma estrutura dos perfis oficiais, contendo a mesma biografia, link para o site interativo e postagens trazendo a mesma identidade visual (Imagem 30). Assim como Jenkins (2009) afirma, na época dos lançamentos de novos episódios da série *Lost*, páginas oficiais e não oficiais acabavam por se misturar, juntamente com teorias criadas por fãs. Ou seja, os próprios espectadores gostam de contribuir com o engajamento das séries criando perfis, teorias, memes, que ajudam no crescimento da obra e acabam se ajudando entre eles para compreender melhor a ficção. Como por exemplo a Imagem 30, que trata-se de um perfil não oficial dedicado ao ano de 2019 do universo alternativo de Dark.

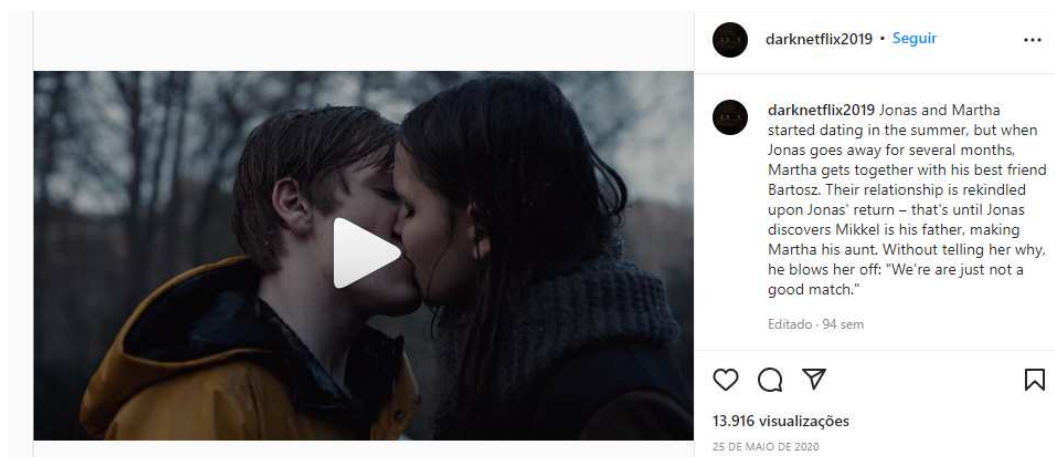
Imagem 30 - Perfil não oficial de Dark da década de 2019, do universo paralelo, no Instagram.



Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022).

A respeito dos 3 momentos escolhidos para serem analisados também no Instagram – os personagens Mikkel e Michael sendo a mesma pessoa; Charlotte e Elisabeth: mãe e filha/filha e mãe; e a existência de um universo paralelo –, não foi possível encontrar muitas narrações e informações nas contas alternativas das décadas. Somente encontramos escritos sobre o primeiro arco narrativo em que é relatado rapidamente na legenda que Mikkel é pai de Jonas – logo Mikkel e Michael são a mesma pessoa –, em uma das publicações do perfil do ano de 2019 (Imagem 31). Ao traduzir a legenda, encontramos: “O relacionamento deles é reacendido após o retorno de Jonas – até Jonas descobrir que Mikkel é seu pai, fazendo de Martha sua tia.”.

Imagem 31 - Postagem no perfil da década de 2019 no Instagram.



Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022).

Sobre os dois outros arcos narrativos, podemos concluir que, como os perfis foram criados e foram feitas postagens envolvendo algumas tramas antes do lançamento da 3ª

temporada, ao falar sobre a existência de um universo alternativo teria sido considerado *spoiler* – visto que esse novo universo foi apresentado somente na 3ª temporada –, o que sempre foi deixado claro pelas estratégias transmidiáticas de Dark que seriam experiências sem *spoilers*. Já sobre a trama envolvendo Charlotte e Elisabeth, ela acabou também não sendo mencionada nesses perfis.

Portanto, o que pode ser percebido é que o Instagram funciona como um suporte para quem já assistiu a série por conta das narrações bem resumidas e escritos curtos, o que o difere da estratégia realizada no site, em que toda a narrativa é imersiva e detalhada.

4.3 ANÁLISE: PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PARA UMA NARRATIVA COMPLEXA

De acordo com Jenkins, Ford e Green (2014), a estratégia transmídia estimula o engajamento do público ao exigir investimento de tempo e energia dentro de uma experiência profunda envolvendo uma história. Para narrativas complexas, essas estratégias acabam gerando popularidade entre espectadores engajados, rotulados por Mittel como *fandom forense*:

Talvez precisemos de uma metáfora diferente para descrever o envolvimento do espectador com a complexidade da narrativa. Poderíamos pensar em tais programas como aprofundáveis em vez de propagáveis. Eles incentivam uma modalidade de *fandom forense* que induz os espectadores a cavar mais fundo, sondando sob a superfície para entender a complexidade de uma história e de sua narração. [...] Esses programas criam ímãs de engajamento, atraindo espectadores para os mundos de história e incitando-os a se aprofundar para descobrir mais sobre eles. (MITTEL apud JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 224)

Desta forma, as produções audiovisuais atuais incentivam o público a explorar plataformas e redes sociais digitais para descobrir informações sobre a narrativa. Dito isso, podemos trazer essa análise e a relação entre as estratégias transmidiáticas de Dark estudadas aqui nesta pesquisa. Tanto o site interativo quanto os perfis no Instagram, que abrangem o universo da narrativa complexa alemã, foram criados com o objetivo de quando os espectadores forem pesquisar mais a fundo sobre a narrativa, acharem esses produtos complementares em outras plataformas, além dos episódios principais da série na plataforma da Netflix, justamente para ajudá-los no entendimento da complexidade da história. Quase dois anos após o fim da série, os espectadores continuam compartilhando suas dúvidas sobre o enredo, e caso queiram ir atrás de respostas, provavelmente irão encontrar nessas estratégias uma importante ferramenta para sua experiência.

Resumidamente, a combinação da interação e demanda dos fãs, à procura de formas mais fáceis de compreender os arcos narrativos, com um esforço e escolha da Netflix resultou em um universo transmídia para *Dark*. A necessidade dos fãs em ter um produto extra e uma ampliação no aspecto de contar explicitamente as tramas da obra alemã sempre foi claramente ilustrada pela constante e enorme quantidade de memes e perguntas encontradas na internet, referindo-se à dificuldade de entender a história por se tratar, exclusivamente, de uma narrativa complexa.

A interatividade e as histórias detalhadas no site promovem o engajamento dos fãs da série e ainda funcionam como um facilitador para a compreensão de cada arco narrativo, resultando em um forte relacionamento entre eles e *Dark*. No entanto, esse relacionamento vai muito além da figura dos diversos protagonistas, ou da série principal, ele se constrói e se mantém em torno de todo o universo da trama alemã que é explorado pelo site.

Além disso, o site traz uma nova visão sobre os arcos narrativos da série, sendo possibilitada pelo caráter enciclopédico do universo, conceituado por Jenkins (2009). Diversos aspectos foram explorados de forma mais clara e aprofundada no site, desde informações que podem ter passado despercebidas sobre os personagens a árvores genealógicas e a quantidade de viagens no tempo realizadas. Os textos do site ampliam o enredo e acabam criando diversas portas de entrada para o usuário, visto que trata-se de uma experiência sem *spoiler*; então funciona de acordo com o andamento de cada usuário, permitindo que ele explore ao máximo o universo criado para a série.

Diferente do site que funciona como um produto totalmente independente, detalhado e que desenvolve toda a trajetória dos arcos narrativos da série, os perfis no Instagram estão mais focados em conteúdos que enfatizem as temporalidades. Ou seja, a estratégia no Instagram privilegia selecionar as diferentes datas, anos, épocas presentes na narrativa, e, a partir disso, explorar as viagens no tempo. Por isso, a série opta por criar um perfil para cada década (1921, 1953, 1986, 2019 e 2053) para especificar diferentes abordagens em diferentes temporalidades. Essa questão envolvendo o tempo é essencial na narrativa da série e o Instagram reflete bastante isso. Desta forma, as estratégias acabam se conectando e se complementando, com o site tendo a árvore genealógica, principalmente, para facilitar o entendimento das relações entre cada personagem e o Instagram usufruindo das datas para localizar o espectador.

Exemplificando para os arcos narrativos escolhidos para serem analisados dentro dessas narrativas transmídias – os personagens Mikkel e Michael sendo a mesma pessoa; Charlotte e Elisabeth: mãe e filha/filha e mãe; e a existência de um universo paralelo –, é

perceptível a diferença de estratégia entre elas. No site, o usuário pode optar por procurar pela história de cada personagem, qual é a sua relação com outros personagens, sua árvore genealógica, viagens no tempo que já realizou, ou seja, toda a narrativa do início ao fim é comandada pelo próprio usuário por conta do site ser interativo, além de trazer experiências diferentes para cada nível de usuário/espectador. Já no Instagram, o usuário não consegue aprofundar por conta própria o que quer explorar, não tem um botão para inserir em qual episódio de qual temporada ele está para receber informações somente até esse determinado episódio. Nessa rede social, as tramas abordadas são com foco nas datas e em arcos narrativos específicos postados em cada perfil, de acordo com os acontecimentos em seus respectivos anos, e, pelo fato de só terem entre 11 e 12 publicações em cada perfil, obviamente, a narrativa de cada ano não é aprofundada.

Assim como no site existe uma aba abordando “quem, o quê e quando” a respeito da narrativa alemã, os próximos tópicos serão com o mesmo tema para explorar ainda mais essas estratégias transmidiáticas: quem está vendo o site e o Instagram; o quê está sendo visto; e quando o usuário está vendo.

4.3.1 QUEM: O PÚBLICO-ALVO

O espectador de Dark é considerado também o usuário das plataformas, portanto, as estratégias transmidiáticas precisam ser pensadas tanto para quem já assistiu toda a série ou apenas uma parte, quanto para quem nunca assistiu. Analisando a pessoa que se encontra na plataforma da Netflix e não conhece Dark, quando se depara com a página dedicada à produção alemã, ela irá ter acesso: ao *trailer* logo no início, que começa imediatamente ao clicar na série, ao botão para assistir, verá informações de que são 3 temporadas, qual é o gênero e o elenco, ao rolar a página terá acesso a sinopse, a todos os episódios disponibilizados, títulos semelhantes, a seção de “trailers e mais”, que conta com *trailers* das temporadas, resumos e vídeos especiais – estando todos esses disponíveis também no Youtube da Netflix –, e, por fim, irá finalizar com a seção “sobre Dark” com as mesmas informações do início da página. Essa experiência do espectador/usuário inicial na plataforma de *streaming* refere-se a uma porta básica de entrada para conhecer o universo ficcional de Dark, será o momento em que ele terá os primeiros contatos com a série.

No entanto, como alguém se conecta com Dark através das estratégias transmidiáticas sem nunca ter assistido à produção? No site isso é possível, pelo fato de se tratar de um produto independente, em que o usuário pode transitar pela plataforma e ir

acompanhando cada arco narrativo e a história de cada temporada conforme os episódios vão sendo selecionados. Já no Instagram, a estratégia é diferente, ela funciona para quem realmente conhece a série e já assistiu. Pela produção de conteúdo ser resumida, a ideia não é conectar um possível novo espectador a série, mas sim reconectar aquele espectador que já acompanha e fazê-lo se aprofundar na história que ele já conhece através de narrações temporais.

Desta forma, para quem já viu *Dark* ou é fã, e que tem um conhecimento mais aprofundado, consegue se conectar com a série através do conteúdo inserido nessas estratégias transmidiáticas. A mesma estética sombria da série, os conceitos utilizados na história, a linearidade apresentada dos fatos, tudo isso está presente na experiência desses produtos de transmídia para facilitar o entendimento de algo que não tenha ficado claro na narrativa.

Tanto o site quanto os perfis no Instagram não possuem ligação com a série dentro da plataforma da Netflix, logo o espectador inicial não encontrará essas estratégias tão facilmente, terá que procurar. O fato de se tratar de uma narrativa complexa e o fato de investir em estratégias transmidiáticas faz com que o conteúdo se conecte com espectadores de diferentes e variados níveis de conhecimento para com a história. Vale enfatizar que, assim como a narrativa, essas estratégias também são complexas, pois possibilitam inúmeros caminhos de entrada para a produção alemã.

4.3.2 O QUÊ: O PRODUTO

Além das estratégias transmidiáticas disponibilizarem variados caminhos de acesso à história, elas ainda vendem a série como um produto. A produção de conteúdo do site e dos perfis no Instagram é toda pensada em ser uma vitrine para atrair os usuários e servir como complemento do texto principal, referindo-se aos próprios episódios da série. Em seu livro *The Definition of User Experience (UX)*, Donald Norman (1998) define o termo Experiência do Usuário (EU) – do inglês *User Experience (UX)* –, como um conjunto de elementos e fatores relativos à interação das pessoas com produtos ou serviços.

O primeiro requisito para uma experiência de usuário exemplar é atender às necessidades exatas do cliente, sem complicações ou incômodos. Em seguida, vem a simplicidade e a elegância que produzem produtos que são uma alegria de possuir, uma alegria de usar. A verdadeira experiência do

usuário vai muito além de fornecer aos clientes o que eles dizem que desejam. (NORMAN, 1998, tradução da autora⁶²)

Por conta da complexidade na narrativa e a dificuldade por parte dos espectadores em entender todos os arcos narrativos, foi necessário apostar na criação de um site que garantisse a experiência do usuário sem perder o *design* sombrio da série e que fizesse o usuário se sentir no comando para solucionar todos os seus questionamentos, ao mesmo tempo em que ele se envolvesse profundamente na narrativa transmídia. Sobre a usabilidade, o site consegue ser bem didático e fácil de navegar – o completo oposto da produção alemã –, sendo esse um dos primeiros fatores que o torna um produto facilitador na vida dos espectadores de *Dark* ao se colocar no lugar do usuário e fazer sua jornada dentro do site. Além disso, o site é responsivo, se adapta em diferentes dispositivos, mantendo a boa qualidade e a fácil navegação em todos os aparelhos, e dinâmico, por ter sofrido atualizações para a 3ª temporada, visto que o site foi criado com o lançamento da 2ª temporada em 2019, e por ir se atualizando de acordo com cada episódio e personagem selecionados. O último fator, porém não menos importante, é a acessibilidade que, apesar de não ter conteúdos de vídeos no site – o formato em vídeo pode ser encontrado nos perfis do Instagram e todos estão com legenda em inglês –, possui a opção de zoom disponível, além de ter todas as informações escritas e botões detalhados na plataforma.

4.3.3 QUANDO: O TEMPO

O *storytelling* esteve presente em toda esta pesquisa, seja no formato de conteúdo utilizado para as estratégias transmidiáticas ou na própria narrativa de *Dark*. Este modelo é considerado também uma ferramenta de estratégia importante para as narrativas transmídias, pois ajuda a contar uma história de forma diferente e até a revelar outras partes da narrativa que passaram despercebidas. Porém, tem alguns momentos em que esse *storytelling* pode sofrer impactos negativos por conta de fatores externos, como foi no caso de *Dark*.

Uma dificuldade enfrentada por quem acompanhou a série de 2017 a 2020 – os anos de lançamento das temporadas –, foi o grande intervalo entre cada temporada. A 1ª foi lançada em dezembro de 2017, a segunda em junho de 2019 e, por fim, a 3ª e última em junho de 2020. Durante esses longos períodos, os espectadores esqueciam facilmente os arcos narrativos ou detalhes da narrativa, além da narrativa ser complexa para dificultar ainda mais

⁶² Disponível em: <<https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>>. Acesso em 10 de abril de 2022.

o entendimento da produção alemã. Por conta desse esquecimento, a Netflix criou o site interativo dias após o lançamento da 2ª temporada. Apesar dele ter passado por diversas atualizações até o atual momento, desde o início ele servia como um guia de suporte para as tramas da série, exemplificando um resumo de quem era cada personagem. Com essa diferença de tempo e após o lançamento de todas as temporadas, ficou mais “fácil” de traçar um objetivo para o site: todas as respostas dadas pela série estariam dentro da plataforma.

A estratégia de comunicação em relação aos perfis no Instagram é, definitivamente, relacionar a história da série com o tempo da narrativa. Se no site, o arco narrativo de Michael e Mikkel é contado detalhadamente, apontando-os como pessoas diferentes no início da série (assim como a narrativa mostra) e, após a grande revelação, mostra-os como um só personagem, enfatizando o diferencial de que o site se atualiza a cada episódio, no Instagram o produto é um pouco diferente. Na rede social, a estratégia é dar insumo à narrativa e apresentar rapidamente o que acontece em cada década, com o objetivo de contextualizar essas diferenças temporais. A produção de conteúdo dos perfis no Instagram pode não ser detalhada, mas ela toca nos arcos narrativos a partir do momento que explora os tempos e as viagens no tempo. Assim como dito anteriormente, as estratégias transmidiáticas são diferentes, porém as duas se preocupam em narrar a história de forma cronológica, o que já é um grande diferencial em relação a trama alemã, que apresenta viagens no tempo e *flashbacks*.

Portanto, é necessário ter todos esses paratextos e ter a função de ser um complemento do texto principal para solucionar o quebra-cabeça envolvido por conta da complexidade narrativa. As peças desse quebra-cabeça são diferentes, mas todas de seu modo têm a sua importância, o site, os perfis no Instagram, todos referem-se a uma narrativa transmídia que complementa o conteúdo principal apresentado pela plataforma da Netflix.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das reflexões teóricas e dos dados apresentados na presente pesquisa, foi possível analisar de que forma a primeira produção alemã original da Netflix, *Dark*, utilizou estratégias transmidiáticas para conseguir aprofundar seus arcos narrativos, devido a sua complexidade narrativa. Para isso, foi fundamental relacionar o objeto de pesquisa com conceitos teóricos estudados ao longo do curso de Rádio, TV e Internet, na Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF.

O objetivo geral desta monografia foi compreender como duas estratégias transmidiáticas de *Dark* foram exploradas, priorizando a linearidade dos acontecimentos de forma a facilitar o entendimento da narrativa para os espectadores. Para esse fim, foi necessário analisar, a partir de um estudo de caso, tanto o site interativo quanto os perfis criados no Instagram. Nesse contexto, foram trabalhados três objetivos específicos: identificar os motivos pelo qual *Dark* é considerada uma narrativa complexa; analisar o site como paratexto da série e seu espaço de interatividade, no qual o usuário vai atrás do que ele quer compreender sem correr o risco de aparecer um *spoiler* indesejado; e, por fim, examinar o tipo de estratégia criada para os perfis de cada ano de *Dark* no Instagram.

Esta pesquisa proporcionou entender como as estratégias transmidiáticas estimularam a criação de conteúdo das narrativas dentro de cada plataforma, no que diz respeito à experiência do usuário e do espectador. Além disso, foi possível observar o *storytelling* priorizado em cada estratégia e a forma como *Dark* é vendida como um produto. Essa comunicação em multiplataformas fez considerar o espectador também como um usuário, fazendo-o navegar por conta própria atrás de respostas, otimizando ou não o seu tempo e de forma a facilitar a explicação acerca de tal arco narrativo. Vale ressaltar que essas duas estratégias transmidiáticas aqui analisadas não possuem ligação direta com a página dedicada a série na Netflix.

Ao analisar cada uma das estratégias, foi necessário escolher 3 arcos narrativos de *Dark* para entender a forma que estão sendo explorados dentro das plataformas e a trajetória feita pelo usuário para entender cada um. No site, o usuário pode transitar pela plataforma e ir acompanhando cada arco narrativo e a história de cada temporada conforme os episódios vão sendo selecionados, gerando uma conexão com a série por conseguir responder a todos os questionamentos do espectador.

Entretanto no Instagram, a estratégia é diferente. A criação de conteúdo para essa rede social dentro dos perfis de *Dark* funciona para quem realmente já assistiu e conhece a

série. Por conta do conteúdo ser resumido, a ideia não é conectar um possível novo espectador a série, mas sim reconectar aquele espectador que já acompanha e fazê-lo se aprofundar na história que ele já conhece através de narrações temporais.

Uma dificuldade identificada durante a coleta dos dados foi a de não ser possível ter acesso mais aos *stories* dos perfis no Instagram – visto que eles somem após 24 horas depois de postados – e às últimas atualizações do site até chegar nessa última versão que foi a analisada. Para a pesquisa acabou não fazendo diferença, pois isso não impactou diretamente nas estratégias, porém seria um adicional a ser descrito.

Esta monografia conduz para estudos futuros, como uma dissertação em virtude do tema ser relevante para o campo da comunicação porque assim como a narrativa de Dark é considerada complexa, as suas estratégias transmidiáticas também são, pelo fato de terem inúmeras portas de entrada para a história, fazendo ser impossível analisar uma por uma aqui nessa pesquisa, além de ser um assunto que ainda há lacunas para serem estudadas.

REFERÊNCIAS

BOB-WAKSBERG, Raphael. **Hi, we are the creator & designer of BoJack Horseman, Ask Us Anything!** [Entrevista concedida com] Lisa Hanawalt. Reddit, 2014. Disponível em: <https://www.reddit.com/r/IAmA/comments/2hgqsi/hi_we_are_the_creator_designer_of_bojack_horseman/>. Acesso em: 21 jan. 2022.

BOWER, Joseph L.; CHRISTENSEN, Clayton M. **Disruptive technologies: catching the waves.** Harvard Business Review, v. 73, n. 1, 1995.

CORRÊA, Angela. **Séries originais da Netflix: alterações na estrutura narrativa no contexto do binge-publishing.** Diretoria de Pós-Graduação e Pesquisa da Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo, 2019.

DOMINGOS, Adenil. **Storytelling: fenômeno da era da liquidez.** Signum: Estudos da Linguagem. Londrina, 2008.

GENETTE, Gérard. **Discurso da narrativa.** Tradução: Fernando Cabral Martins. Lisboa: Vega, 1979.

GENETTE, Gérard. **Palimpsestes: a literatura de segunda mão.** Paris: Éditions du Seuil, 1982.

GENETTE, Gérard. **Paratextos Editoriais.** São Paulo: Ateliê Editorial, 2009.

GRAHAM, Stephen. **The cybercities reader.** Nova Iorque: Routledge, 2004.

GRAY, Jonathan. **Show Sold Separately: Promos, Spoilers and Other Media Paratexts.** New York: New York University Press, 2010.

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para as Novas Mídias.** Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2004.

GOSCIOLA, Vicente. **Narrativa transmídia: conceituação e origens**. In: CAMPALANS, Carolina; RENÓ, Denis; GOSCIOLA, Vicente. (eds.) Narrativas transmedia entre teorias y prácticas. Barcelona: UOC, 2014

GRAHAM, Stephen. **The cybercities reader**. Nova Iorque: Routledge, 2004.

HALLINAN, Blake; STRIPHAS, Ted. **Recommended for you: The Netflix Prize and the production of algorithmic culture**. Sage, New Media & Society, Indiana University, USA, v. 18(I), p.117-137, 2016.

HOFFMAN, Louis. **Dark: Atores não entenderam tudo da série alemã**. [Entrevista concedida a] Vítor Aliaga. IGN Brasil, 2020. Disponível em: <<https://br.ign.com/dark/82579/feature/dark-atores-nao-entenderam-tudo-da-serie-alema>>. Acesso em: 17 jan. 2022.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da Conexão**. São Paulo: Aleph, 2014.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009

KEATING, Gina. **Netflixed: the epic battle for America's eyeballs**. Nova Iorque: Portfolio/Penguin, 2013.

LEMOS, André, **Cibercultura. Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea**. Porto Alegre, Sulina, 2002.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Métodos de pesquisa em comunicação: projetos, ideias, práticas**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.

MASSAROLO, João Carlos; MESQUITA, Dario. **Reflexões teóricas e metodológicas sobre as narrativas transmídia**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Universidade Federal de Juiz de Fora / UFJF, Juiz de Fora, jun. 2014.

MITTELL, Jason. **Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea**. Matrizes, São Paulo, ano 5, nº 2, 2012.

MITTEL, Jason. **Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling**. NYU Press, 2015.

MITTERMAYER, Thiago. **Narrativa transmídia: uma releitura conceitual e prática**. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. PUC-SP, 2016.

MORAIS, Kátia. **Cota de tela (Lei nº 12.485/2011) e a produção independente na TV paga**. Significação, São Paulo, v. 46, n. 52, 2019.

NORMAN, Donald. **The Definition of User Experience (UX)**. 1998. Disponível em: <https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>. Acesso em 10 de abril de 2022.

NETFLIX. Filmes, séries e muito mais. Sem limites. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/>. Acesso em 13 dez. 2021.

PALACIOS, Fernando; TERENCEZZO, Martha. **O Guia Completo do Storytelling**. Rio de Janeiro. Alta Books, 2016.

RODRIGUES, Rivaldo; JOB, Sandra. **Breve análise estrutural da obra O meu pé de laranja lima**. ANAIS do III Colóquio de Letras da FALE/CUMB, Universidade Federal do Pará, Breves, 2016.

SOARES, Marcelle. **A mudança na narrativa das séries de TV: o efeito Netflix e uma análise de Arrested Development**. Faculdade de Comunicação Social. Rio de Janeiro, 2015.

TRABUCCO, Sandra. **Entenda por que 'Dark', da Netflix, se tornou um fenômeno do streaming**. [Entrevista concedida a] Adriana Izel. Correio Braziliense, 2020. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2020/06/26/interna_diversao_arte.866939/entenda-por-que-dark-da-netflix-se-tornou-um-fenomeno-do-streaming.shtml. Acesso em: 23 jan. 2022.

SANTOS, M. B.; MIELNICZUK, L. **O Universo ficcional de Lost e a narrativa transmidiática.** Logos, Rio de Janeiro, v. 34, n. 01, 2011.

SCOLARI, Carlos Alberto. **Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding.** In: International Journal of Communication 3, 2009.

TRYON, Chuck. **On-demand culture: digital delivery and the future of movies.** New Brunswick, Nova Jersey: Rutgers University Press, 2013.

VAN EDE, Esther. **Gaps and recaps: Exploring the binge-published television serial.** Utrecht. Dissertação. Utrecht University, Países Baixos, 2015.

XAVIER, Adilson. **Storytelling: histórias que deixam marcas.** Rio de Janeiro: BestSeller, 2015.