

## Mudanças ocasionadas pelo *video on demand* na ficção televisiva seriada<sup>1</sup>

Eduardo PERON<sup>2</sup>

João Paulo HERGESEL<sup>3</sup>

Carlos Alberto ZANOTTI<sup>4</sup>

Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, SP

### RESUMO

O presente artigo se propõe a observar a alteração na forma e na estrutura dos episódios das *sitcoms* ocasionada pela substituição do fluxo pelos serviços de *streaming* e *Video on Demand* (VOD). A partir de uma pesquisa bibliográfica e documental de autores referência na área de estudos televisivos – como Kristin Thompson, Brett Mills e Raymond Williams – parte-se de um breve histórico que expõe e situa as principais marcas do gênero ao longo das décadas de sua formação para, então, observar-se comparativamente, utilizando-se a metodologia da engenharia reversa, dois episódios da série *Arrested Development*, sendo um deles produzido antes dos serviços de *streaming* e outro feito pela Netflix.

**PALAVRAS-CHAVE:** estudos de televisão, ficção seriada, *sitcom*, *streaming*, *Arrested Development*.

### NOTA INICIAL

Este artigo deriva-se de trabalho realizado para a disciplina Tecnologias e Sociedade, ministrada pelo Prof. Dr. Carlos Alberto Zanotti, no Programa de Pós-Graduação em Linguagens Mídia e Arte da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas), no 1.º semestre de 2022. Apresenta-se a versão revista e atualizada do texto.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Ficção Televisiva Seriada, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45.º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas). Bacharel em Publicidade e Propaganda (PUC-Campinas). Membro do grupo de pesquisa Entre(dis)curros: sujeito e língua(gens). E-mail: [eduardo.p8@puccampinas.edu.br](mailto:eduardo.p8@puccampinas.edu.br).

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas). Doutor em Comunicação (UAM), com pós-doutorado em Comunicação e Cultura (Uniso). Membro do grupo de pesquisa Entre(dis)curros: sujeito e língua(gens). Participante da Rede Brasileira de Pesquisa em Ficção Televisiva (Obitel Brasil) e da Red Iberoamericana de Investigación en Narrativas Audiovisuales (Red Inav). E-mail: [joao.hergesel@puc-campinas.edu.br](mailto:joao.hergesel@puc-campinas.edu.br).

<sup>4</sup> Professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas). Doutor em Ciências da Comunicação (ECA-USP). Líder do grupo de pesquisa Sociedade Mediatizada: Processos Tecnologia e Linguagem e membro da Rede de Pesquisa Aplicada Jornalismo e Tecnologia, filiada à SBPJor. E-mail: [zanotti@puc-campinas.edu.br](mailto:zanotti@puc-campinas.edu.br).

## INTRODUÇÃO

As *sitcoms* ou “comédias de situação” existem em um formato que persiste desde o ano de 1951 quando estreou na televisão americana a comédia que é tida por muitos estudiosos como a primeira e mais influente obra do formato: *I Love Lucy*. Projetadas a princípio como um entretenimento familiar que buscava a sensação de ser, também, uma experiência coletiva semelhante ao teatro (CERETTA, 2014, p. 132), as *sitcoms* sofreram algumas mudanças ao longo de sua história. Pode se dizer, inclusive, que a maioria dessas mudanças foi motivada por interesses econômicos: a adoção da gravação em película para tornar mais fácil a venda das séries para outros mercados (PELEGRINI, 2015, p. 33), a divisão em atos que facilitava a inserção de *breaks* comerciais durante a exibição e a busca por uma serialidade capaz de criar o hábito nos espectadores de estarem sempre à frente da TV nos mesmos horários todas as semanas (CERETTA, 2014, p. 65), são alguns dos exemplos mais óbvios dessa busca econômica.

Porém, a maioria dessas mudanças foram demandas que surgiram sempre com um fato em mente: as *sitcoms* estavam restritas ao ambiente televisivo. Embora pudessem ser lançadas em VHS ou DVD posteriormente, elas sempre foram pensadas e arquitetadas para a exibição em uma grade de programação determinada pelos canais. O que as tornava, portanto, reféns do modo de recepção e das convenções do meio em que estavam inseridas (MILLS, 2009, p. 13) Esse talvez tenha sido a maior constante na história das *sitcoms* e que de fato se manteve inalterada desde *I Love Lucy* pelo menos até o surgimento dos serviços de *streaming* e *vídeo on demand*.

Num ambiente que independe de uma grade de programação, que está menos sujeito ao fenômeno de *zapping* e que permite o ato de maratonar, muitas das estratégias desenvolvidas ao longo de cinquenta anos de história para prender a atenção do espectador parecem ter se tornado obsoletas. Partindo desta premissa, o presente artigo busca entender de que forma o meio de consumo das *sitcoms* pode ter alterado a estrutura narrativa dos episódios.

Primeiro, são discutidos o que é uma *sitcom*, quais são as principais características do formato e quais são as marcas estruturais que a permitem performar tão bem durante mais de cinquenta anos no meio televisivo. Isto posto, dois episódios da série *Arrested Development* são examinados de forma mais aprofundada para expor de que forma uma série produzida pós-*vídeo on demand* se estrutura. *Arrested Development* se torna

especialmente útil para a presente análise pois as primeiras três temporadas da série foram produzidas para a emissora estadunidense FOX a partir do ano de 2003, enquanto a quarta e quinta temporadas foram produzidas pela *Netflix* a partir do ano de 2013. Ou seja, a série conta com os mesmos personagens e sinopse básica, tendo sido produzida tanto para a TV programática quanto para o VOD.

Para o exame, utiliza-se a metodologia de análise proposta por Sonia Rodrigues (2014), professora de roteiro da Universidade Veiga de Almeida, denominado “engenharia reversa”. O método pressupõe a listagem e análise de todas as ações, falas e escolhas feitas pelas personagens, a fim de identificar o tipo de narrativa dominante, o arco do protagonista e quais ações movimentam a ação dramática (RODRIGUES, 2014, p. 143). Esse método parece capaz de expor as principais marcas do formato *sitcom* além de permitir a comparação dos dois episódios de forma mais explícita.

## DE ONDE SURGIRAM AS *SITCOMS*

A definição de Elizabeth Bastos Duarte pode ser um ponto de partida na delimitação do formato televisivo *sitcom* ainda em seus estágios iniciais:

Trata-se de histórias curtas e independentes, com personagens fixos, que utilizam como quadro de referência o mundo exterior próprio de um determinado núcleo social, familiar ou profissional, colocando em cena a vida e/ou as atividades profissionais das pessoas pertencentes a esse grupo. Esses programas não costumam ter data de encerramento pré-definida, podendo estender-se, no tempo, enquanto houver audiência e, conseqüentemente, patrocínio e/ou publicidade. (DUARTE, 2008, p. 1).

A definição, porém, acaba por deixar de contemplar um dos traços mais marcantes do estilo, que é a serialização, ou seja, a persistência de fatos e ocorrências ao longo de mais de um episódio ao longo da série.

Em seu artigo *O sitcom de câmera única e a serialização do estilo na comédia de TV*, Christian H. Pelegrini (2015) define o termo *sitcom* como um programa cômico serializados, em que se repetem personagens e premissas dramáticas, o que também é confirmado por Kristin Thompson (2003): embora os protagonistas de *sitcoms* fossem conhecidos por cometerem erros que seriam solucionados ao fim do episódio da semana, a inovação da serialização acabou por acontecer ainda nos anos 1950. De acordo com a autora:

---

Originalmente, a maioria dos seriados e séries dramáticas era composta de episódios autocontidos. O resultado de qualquer episódio não teria efeito nos episódios posteriores e faria pouca diferença a ordem em que foram exibidos. Houve exceções ocasionais, como quando no meio da temporada de *I Love Lucy*, na década de 1950, Lucy deu à luz um filho que se tornou um personagem regular. (THOMPSON, 2003, p. 59, tradução nossa)<sup>5</sup>

*I Love Lucy* é considerada por muitos estudiosos da TV como um importante marco na história da mídia. Criada por Lucille Ball e seu marido Desi Arnaz a partir de *My Favorite Husband*, programa em que Lucille atuava no rádio, as contribuições da série não se limitam à serialização. Por conta de uma exigência do casal de atores, a série deveria ser filmada em Los Angeles para que Lucille pudesse ficar mais próxima de Hollywood, onde ela costumava atuar em filmes. À época, a maioria dos programas de TV eram filmados em Nova York e transmitidos ao vivo para toda a costa leste dos Estados Unidos – e retransmitidos em baixa qualidade, por meio do *kinescope*, para costa oeste (PELEGRINI, 2015, p. 30).

Por conta da inexistência de cabos que garantissem a transmissão em alta qualidade, *I Love Lucy* foi pioneira também por ser o primeiro programa de TV filmado em película, como eram feitos os filmes da época, de modo a garantir a qualidade da transmissão para a costa leste, onde a maioria dos espectadores de TV residia. Essa escolha, porém, não permitia somente a transmissão em alta qualidade para a costa leste, mas também possibilitava a venda do programa a outros mercados (PELEGRINI, 2015, p. 30). Além da serialização, do uso da película e da edição, *I Love Lucy* também inovou ao trazer uma plateia que acompanhava ao vivo as gravações do programa (o que já era comum em rádios e configurou-se como uma exigência do casal Ball e Arnaz) e o uso de multicâmeras.

## PROGRAMAÇÃO E FLUXO

A televisão é um meio com tempo limitado em cada dia tem apenas 24 horas de exibição possíveis. A afirmação pode parecer insana a princípio, visto que o dia de todas as pessoas têm apenas 24 horas de duração; contudo, a natureza do meio funciona de modo que cada um dos minutos de transmissão precisa ser bem aproveitado na batalha

---

<sup>5</sup> Excerto original: “Originally most sitcoms and dramatic series were made up of self-contained episodes. The outcome of any one episode had no effect on later ones, and it made little difference in what order they were run. There were occasional exceptions, as when Midway through the run of *I Love Lucy* in the 1950s, Lucy gave birth to a son who became a regular character.”

---

com outras emissoras pela audiência dos telespectadores potenciais, visto que “[...] o sucesso ou o fracasso de um programa depende enormemente do horário em que ele é difundido” (JOST, 2010, p. 64).

Isso acontece porque o público pretendido pode não estar disponível naquele momento, mas também pode ocorrer de o público preferir outro programa em outra emissora: “Nessa perspectiva uma das funções estratégicas da emissora é estabelecer uma grade de programação que leva em conta ao mesmo tempo, os gêneros mais apropriados ao público visado em uma dada hora e a oferta dos outros canais” (JOST, 2010, p. 65).

Tanta importância se dá à grade de programação que Raymond Willians (1975) propõe que os programas televisivos devem apenas ser estudados de forma associada ao “fluxo” em que estão inseridos. Para o autor, a experiência de consumo de um programa não compreende tão somente o que acontece entre o começo e o fim dele, mas é uma experiência que abraçaria também os comerciais, os programas anteriores ao que se analisa e que seriam exibidos após também. E essa característica é o que diferenciaria a experiência televisiva de outros produtos audiovisuais.

Outro aspecto importante é que os telespectadores, com a invenção do controle remoto principalmente, têm o poder de circular pelos canais com muita facilidade, apenas com o toque de um botão. Isso parece se traduzir em uma “lealdade” muito baixa ao que se está exibindo na tela naquele momento: a qualquer sinal de tédio ou descontentamento com o programa, pode-se procurar algo em um novo canal. Isso se intensifica principalmente nos momentos em que a programação é interrompida para que se exibam os comerciais. Se os anunciantes contratam os espaços publicitários justamente para que suas propagandas sejam vistas surge então um sério problema quando os espectadores preferem trocar de canal nesses momentos.

Uma das formas mais eficientes de se manter o telespectador esperando a volta do programa sem trocar de canal é justamente levar em conta que, dentro da estrutura narrativa dos episódios, haverá uma arriscada interrupção durante a programação. Segundo Jost (2010, p. 88), “os manuais de roteiro americanos costumam dizer que uma ficção deve ter tantos atos quando intervalos publicitários”. Isso acontece pois geralmente é na quebra dos atos que ocorrem grandes revelações. Em troca da fidelidade do espectador, os roteiristas aprenderam a pagar com uma revelação ou uma nova fração que move a trama do episódio para frente. Assim, se o espectador quiser saber como o

---

mocinho reagiu ao fato de estar sendo enganado pelo vilão, tem de ficar de prontidão esperando a volta dos comerciais.

Vale frisar que essa estratégia, que popularmente recebe a nomenclatura de “ganchos” – ou em inglês, “*cliffhangers*” –, não está apenas restrita a programas de ficção roteirizadas. Programas de *reality show* e de variedades usam e abusam dessa forma de manter a atenção do espectador capturada (JOST, 2010, p. 88).

Os programas idealmente também têm de estar preparados para receber esses espectadores que, porventura, tenham vindo de outros canais e que peguem a exibição no meio.

Outros espectadores podem conhecer o programa, mas começam a assistir no meio de um episódio. Outros ainda não estão completamente familiarizados com o programa, mas sintonizam e, achando-o atraente, começam a assistir a um episódio. Assim, um redator de *teleplay* deve presumir que a qualquer momento alguém pode precisar de informações sobre eventos passados, enquanto outros já estão completamente familiarizados com o programa. (THOMPSON, 2003, p. 64, tradução nossa)<sup>6</sup>

Thompson (2003) descreve, aqui, a mecânica de recapitulações. Elas permitem que uma pessoa que nunca tenha visto o seriado *Friends* possa começar a assistir na sétima temporada, por exemplo, e tenha logo certeza de que Ross e Rachel tenham tido um relacionamento amoroso que se encerrou no passado. Isso se faz necessário por conta da natureza temporal da programação televisiva em que os episódios são exibidos ao vivo e geralmente em sequência, o que faz com que mesmo os fãs da série venham a perder um ou outro episódio ou se esqueçam de detalhes da trama haja vista que geralmente as séries são exibidas uma vez por semana. Felizmente, a comédia é um gênero narrativo que permite – e até incentiva – as repetições erros de padrões de comportamentos “errados” dos personagens (ARISTÓTELES, 1981, p. 24).

As particularidades e idiosincrasias que ajudaram a criar e moldar a maioria dos produtos televisivos acabaram por ser radicalmente alteradas pelo fenômeno do *video on demand* (VoD). A existência de uma programação escolhida pelo canal, pontuada por interrupções e longos períodos de espera entre um episódio e outro que foram a regra do consumo televisivo passaram de uma hora para outra a ser coisa do passado.

---

<sup>6</sup> Excerto original: “Other viewers may know the show but begin watching partway through an episode. Still others are completely unfamiliar with the program but tune in and, finding it appealing, begin to watch an episode. Thus a teleplay writer must assume that at any time someone might need information on past events, while others are thoroughly familiar with the show already.”

---

Em um contexto em que todos os episódios da temporada – e por vezes a série completa – estão disponíveis ao toque de um botão, houve diversas modificações no hábito de se consumir “televisão”. Pode-se argumentar que anteriormente as séries já estariam disponíveis em DVD ou VHS para serem adquiridas e reassistidas quantas vezes se desejasse, o que é verdade; mas mesmo essa disponibilidade não alterou tanto o hábito quanto o VoD, que por si só criou a *maratona*.

O ato de *maratonar* é específico do consumo de material audiovisual por meio dos serviços de *streaming* e só é possível de ser feito nesta plataforma. É uma forma de visualização da obra totalmente sem interrupções, em que um episódio se segue ao outro, totalmente desvinculada de uma grade de exibição, até que se encerre a temporada ou mesmo a série toda. “Desse modo, a autonomia conquistada pelo telespectador, que lhe permite personalizar o conteúdo e, assim, programar o seu consumo” (EVANGELISTA, 2021, p. 145).

De um modo geral, os serviços de *streaming* se organizam como grandes bibliotecas de conteúdo onde se seleciona um filme, série ou novela que se deseja visualizar. Após o *play*, os episódios são exibidos em sucessão até que se interrompa a reprodução ou se encerrem os episódios disponíveis. Pode-se também assistir episódios em uma ordem aleatória ou se pular de uma série para outra, de um filme para outro. De fato, é o espectador quem faz a grade de programação de acordo com sua vontade.

Essa forma de consumo, portanto, tem algumas particularidades muito diversas do que existia em televisão até então. Como ponto de partida, podemos citar a total disponibilidade de todos os episódios já lançados, o que de fato tornaria quase impossível o fenômeno observado por Kristin Thompson (2003) sobre o espectador que chega no meio da exibição de um episódio ou no meio de uma temporada. Dessa forma, desde que o espectador esteja de fato prestando atenção, torna-se obsoleta a necessidade de recapitular, a todo momento, elementos da trama ou marcas de personalidade deste ou daquele personagem.

Também não existem interrupções da programação ou intervalos comerciais que quebrem a imersão do espectador, o que, como já citado anteriormente, sempre aumenta o risco de mudar de canal ou perder o interesse. Aliás, como demonstra Evangelista (2021), a maioria dos entrevistados em sua pesquisa afirmam que:

[...] preferem completar o consumo de toda uma temporada de episódios, mesmo quando não gostam realmente da série, pois sentem-se impelidos a

---

terminar algo que já começaram e precisam se manter atualizados com o lançamento de novos episódios (EVANGELISTA, 2021, p. 155).

Portanto os roteiristas das séries não teriam, em teoria, uma necessidade tão grande criar *cliffhangers* antes de cada interrupção do programa nem de pensar as quebras de ato de acordo com a temporalidade dos comerciais.

Por fim, não estar vinculado a uma grade de diversos programas diferentes em sequência que precisam ser exibidos em um certo horário diariamente permite aos seriados de *streaming* terem a duração de tempo muito variada.

### **ARRESTED DEVELOPMENT**

O objeto escolhido para evidenciar a diferença entre os dois momentos da produção de *sitcoms* é a série *Arrested Development*. A *sitcom* conta a história da família Bluth, uma rica família de Los Angeles que possui uma construtora. Após a prisão de George Senior, o patriarca dos Bluth, seu filho Michael é quem assume os negócios da família e quem deve lidar com os problemas criados pelos outros membros e agregados dos Bluth.

É um objeto de estudo bastante peculiar, uma vez que conta com episódios produzidos para a televisão convencional e, também, com temporadas inteiras produzidas para a Netflix. A quinta temporada de *Arrested Development*, por exemplo, conta com episódios de duração muito variada: de 25 minutos (*Taste Makers*) a 47 minutos (*The Fallout*), enquanto as primeiras três temporadas, produzidas para a FOX, contam sempre com a mesma duração de 22 minutos, pois estavam totalmente vinculadas à grade de programação do canal.

### **OS PARÂMETROS DE COMPARAÇÃO**

Como forma de se expor de que forma o *streaming* alterou a estrutura das séries, comparou-se dois episódios, um de cada plataforma. O primeiro foi *Spring Breakout*, o 17.º episódio da segunda temporada de *Arrested Development*, lançado pela emissora FOX entre novembro de 2003 e junho de 2004, nos Estados Unidos. O segundo episódio escolhido foi *Premature Independence*, 8.º episódio da quinta temporada, lançado pelo serviço de *streaming* Netflix, em 15 de março de 2019.



Os parâmetros de comparação escolhidos são: tempo de duração do episódio; a quantidade de atos; a quantidade de intervalos comerciais perceptíveis; momentos de recapitulação; e a quantidade de histórias paralelas contadas em cada um dos episódios. No presente levantamento, foram definidas como histórias paralelas aquelas que contam com um começo, desenvolvimento e resolução dentro do próprio episódio. Os dados colhidos foram então reunidos em uma tabela para a melhor comparação:

**Tabela 1** – Valores de cada elemento observado nos episódios estudados.

<b>PARÂMETRO DE COMPARAÇÃO</b>	<b>S02E17 <i>Spring Breakout</i></b>	<b>S05E08 <i>Premature Independence</i></b>
<b>Tempo de duração</b>	22 minutos	36 minutos
<b>Atos</b>	5	4
<b>Intervalos comerciais</b>	3	1
<b>Recapitulações</b>	4	3
<b>Histórias paralelas</b>	4	4

Fonte: Elaboração própria.

## **ANÁLISE DE *SPRING BREAKOUT***

O episódio, em apenas 22 minutos, conta quatro histórias paralelas que envolvem praticamente todos os personagens recorrentes da trama. Foram identificadas a história sobre o alcoolismo de Lucille, que é a principal do episódio e que une as outras: o ativismo de Lindsay, em que ela e Tobias tentam provar para os homens que objetificar mulheres é ruim; a falta de autoestima de GOB, em que ele tem de lidar com o fato de ter sido humilhado após o fracasso de seu último show de mágica; e a pesquisa de Maeby, história com menos tempo de tela, em que ela e seu primo trabalham no quiosque da família enquanto ela procura pesquisar personagens para um roteiro.

Ao todo, três intervalos comerciais foram identificados. Eles estão muito bem-marcados pelo escurecimento da tela em momentos-chave de mudança de ato, sendo que o primeiro segmento é responsável por apresentar todos os conflitos e temas do episódio, enquanto o terceiro segmento conta com a resolução de todas as histórias paralelas.

Em termos de estrutura, o episódio conta com um prólogo não demarcado em que se apresentam fatos anteriores ao dia em qual o episódio se desenrola. São três atos, separados pelos intervalos comerciais, e um epílogo, que é comum a todos os episódios de *Arrested Development* em que uma piada final encerra o episódio.

---

As recapitulações, por sua vez, acontecem em quatro momentos distintos: logo após o epílogo, um *flashback* narrado rerepresenta alguns fatos importantes da temporada até ali, incluindo o show de mágicas fracassado de GOB. Depois, quando Maeby é introduzida no episódio, há uma recapitulação sobre como ela conseguiu o emprego de executiva de Hollywood, apesar de ter 15 anos de idade. Por fim, após o segundo intervalo comercial, o narrador relembra brevemente a situação de Lucille.

### **ANÁLISE DE *PREMATURE INDEPENDENCE***

O episódio de 36 minutos se estrutura em torno da história principal, que é o desfile comemorativo da independência americana. Apesar da maior duração do episódio, contamos com o mesmo número de histórias paralelas e a estrutura clássica de três atos e um epílogo.

De todas as histórias apresentadas no episódio, a mais curta é a que trata do romance de Maeby, que conta com somente duas aparições em tela e que sequer se conecta diretamente ao desfile ou às outras histórias. O show de GOB, o desaparecimento de Lindsay e o desfile são as outras linhas de enredo que foram identificadas na composição do episódio. Como já citado, à exceção do romance de Maeby, todas elas têm seu clímax dramático durante o desfile.

As recapitulações se concentram no primeiro ato e servem principalmente para introduzir as histórias do episódio, funcionando principalmente como *flashbacks* e anúncio das piadas que estão por vir. O exemplo mais notável disso é justamente o momento em que Maeby decide encerrar seu romance com o vizinho idoso.

Por fim, há um único momento que sugere um intervalo comercial, logo ao final do primeiro ato, o que não se repete posteriormente em nenhum momento ao longo do episódio.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Durante toda a história do formato *sitcom*, desde as primeiras obras do formato, sem dúvida houve muitas mudanças e inovações tanto de estilo quanto em termos de produção. Seja para cativar a audiência, tornar mais barata a produção ou vender mais comerciais, a área sempre esteve em constante mutação ao longo das décadas e não poderia ser diferente na era do *streaming*.

---

Embora este trabalho seja limitado em sua abrangência e, de forma alguma, seja suficiente para esgotar o tema acerca das mudanças ocasionadas por essa nova era, as pistas oferecidas pelos dados levantados poderão ser aprofundadas em pesquisas futuras.

## REFERÊNCIAS

ARISTÓTELES. Arte Poética. *In*: ARISTÓTELES; HORÁCIO; LONGINO. **A poética clássica**. São Paulo: Cultrix, 1981. p. 19-55.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Sitcom: novas tendências. **Animus: Revista Interamericana de Comunicação**, Santa Maria, v. 7, n. 13, p. 27-42, 2008. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/6204/3701>. Acesso em: 20 jul. 2022.

CERETTA, Fernanda Manzo. **Novas modalidades de sitcom**: uma análise da comédia na era da realidade espetacularizada. 2014. 144 f. Dissertação (Mestrado) – Mestrado em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2015.

EVANGELISTA, Raquel Lobão. Por que maratonamos? Reflexões sobre *binge watching* a partir da abordagem do uso e gratificações. *In*: LEMOS, Lígia Prezia; ROCHA, Larissa Leda (org.). **Ficção seriada**: estudos e pesquisas. Alumínio: Jogo de Palavras; Votorantim: Provocare, 2021. (Coleção Ficção Seriada; v. 3). p. 145-158.

JOST, François. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2010.

MILLS, Brett. **The Sitcom**. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2009.

PELEGRINI, Christian H. O *sitcom* de câmera única e a serialização do estilo na comédia de TV. **Crítica Cultural**, Palhoça, v. 10, n. 1, p. 27-44, 2015. DOI: 10.19177/rcc.v10e1201527-44. Disponível em: [https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/index.php/Critica\\_Cultural/article/view/3007](https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/index.php/Critica_Cultural/article/view/3007). Acesso em: 20 jul. 2022.

RODRIGUES, Sonia. **Como escrever séries**: roteiro a partir dos maiores sucessos da TV. São Paulo: Aleph, 2014.

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

WILLIAMS, Raymond. **Television**: Technology and Cultural Form. Londres; Nova Iorque: Routledge, 2003.