

Bandersnatch: O espectador no ambiente digital¹

Juliane Vicente LOPES²

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

Resumo

Este artigo baseia-se em pesquisa em andamento sobre a espetatorialidade contemporânea, tendo como objetivo compreender as mudanças observadas na relação dos sujeitos com os modos de ver os produtos audiovisuais. Deste modo, a discussão teórica baseia-se em dois eixos: o consumo cultural de Canclini e a convergência cultural de Jenkins, além de configurar-se como um estudo de abordagem qualitativa alicerçado na observação e análise. Para tanto, este recorte aborda as práticas dos espectadores da narrativa audiovisual *Bandersnatch* visualizadas em coleta de dados feita em cinco fontes no *Facebook*, durante os meses de dezembro de 2018 e janeiro de 2019.

Palavras-chave: espectador; audiovisual; consumo; *Black Mirror: Bandersnatch*; *Facebook*.

Introdução

O advento do ambiente digital tal como suas formas diversas de produzir e disseminar conteúdos tem modificado drasticamente a relação dos sujeitos com a mídia em que os espaços hiperconectados em múltiplas telas oportunizam novos modos de percepção da realidade cotidiana. Assim, observa-se no ambiente midiático, a emergência de um ecossistema digital, caracterizado pela coexistência de múltiplas linguagens, promovendo o surgimento de novas dinâmicas comunicacionais que modificam a relação entre produtores e consumidores. Este cenário apresenta transformações que não dizem respeito somente ao campo comunicacional e mercadológico, posto que estendem-se aos hábitos e práticas culturais dos sujeitos. Com relação ao campo midiático, o contexto de convergência se destaca ao permitir a confluência das mídias tradicionais como a televisão com as ambiências virtuais na internet, combinação que tem reformulado os modos de circulação, distribuição, consumo e recepção de produtos midiáticos. Assistir a um filme tornou-se uma atividade que independe da grade de programação televisiva,

¹ Trabalho apresentado na DT 4 – XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

² Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e-mail: julianevicentelopes7@gmail.com.

uma vez que o espectador tem o poder de decisão sobre quando e onde as produções serão assistidas. Dentre estas mudanças destacam-se a personalização dos conteúdos, a flexibilização de horários e a disponibilização de conteúdo por demanda, marcas que constituem uma espécie de remodelagem da experiência de espetatorialidade, no que se refere ao audiovisual. Em decorrência disto os modelos tradicionais consagrados tem se reformulado a fim de oferecer produtos cada vez mais pautados nas possibilidades de apropriação viabilizadas pelos aprimoramentos tecnológicos.

Ao debruçar-se sobre as relações com os produtos audiovisuais, a empresa Netflix se destaca como uma das maiores e mais populares provedoras de conteúdos sob demanda, tendo como característica a exclusividade de disponibilizar produções veiculadas exclusivamente online. Uma de suas apostas mais recentes diz respeito à narrativa interativa *Bandersnatch*, a primeira produção interativa voltada para o público adulto que apresenta uma narrativa não linear, na qual o espectador deve escolher os caminhos que decidirão destino de Stefan, o protagonista. Desde os primeiros rumores sobre esta produção, o público tem discutido sobre as promessas de conteúdos inovadores que prometem trazer novas experiências aos usuários, assim este artigo atenta-se para a emergência de estudos que consideram estas transformações, tendo o olhar voltado para as práticas percebidas no ambiente digital. Objetiva-se compreender as mudanças nos modos de ver na contemporaneidade, com foco na relação dos sujeitos com os produtos audiovisuais, perspectiva que se dá a partir da identificação da espetatorialidade da produção audiovisual *Bandersnatch* presente na plataforma Facebook e as relações formadas a partir dos ambientes virtuais de compartilhamento de conteúdos. Para tanto, na discussão teórica serão acionados o consumo cultural e a cultura da convergência a fim de fomentar, de forma qualitativa, as reflexões sobre o cenário da espetatorialidade contemporânea. Partindo desta concepção, o estudo empírico, por sua vez, trata-se de pesquisa exploratória, por meio da observação, descrição e interpretação do objeto de estudo. A coleta de dados baseia-se em pesquisa que selecionou cinco fontes do Facebook: a página *Bandersnatch*, a página grupo *Black Mirror*, o grupo *Black Mirror Brasil*, o grupo *Netflix: Dicas de filmes e séries* e o grupo *Reserva Cinéfila - O Grupo* e filtrou as postagens com mais comentários sobre a narrativa audiovisual *Bandersnatch* em período datado de 28 de dezembro de 2018 a 16 de janeiro de 2019.

Discussão teórica

As narrativas têm passado por mudanças que afetam seus aspectos técnicos, e estéticos, o que conseqüentemente implica na reconfiguração de seus modelos de produção e recepção. Se outrora a programação televisiva permitia a exibição de narrativas lineares, formatadas em modelos consolidados como a telenovela, visualiza-se o aprimoramento de técnicas e o surgimento de tecnologias que estendem as possibilidades do que se configura como o campo audiovisual.

Ao tratar deste cenário, levando em conta a dinâmica online e offline, atenta-se para a convergência constituinte da espetatorialidade contemporânea. Deste modo, o conceito de cultura da convergência popularizado por Henry Jenkins (2009) é acionada, ao se constituir no:

[...] fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, a cooperação de múltiplos mercados midiáticos e o comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação que vão quase a qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2009, p.29).

O teórico define a convergência como o processo em continuidade, no qual as lógicas que operam a indústria midiática, as tecnologias e os públicos se alteram, incidindo nas formas de se apropriar, consumir e disseminar conteúdos. Esta cultura da convergência é definida por três fenômenos: a convergência dos meios de comunicação, a inteligência coletiva e a cultura participativa. De acordo com o autor, o primeiro fenômeno se manifesta no entrecruzamento entre as mídias, em múltiplos suportes, com destaque para a ambiência da internet, que reconfigura os arranjos de seu funcionamento. A inteligência coletiva, por sua vez, refere-se à inteligência compartilhada por meio da interação de comunidades, o compartilhamento de conhecimento protagonizado por agrupamentos movidos por interesses em comum. E a cultura participativa, por fim, se refere ao comportamento do consumidor midiático no cenário contemporâneo, desvelando o papel cada vez mais ativo do consumidor, distante da passividade outrora lhe atribuída.

Estas noções contribuem para refletir sobre as audiências, interpeladas por conteúdos que se utilizam de estratégias transmidiáticas definidas pelo uso de múltiplos canais de mídias, em que cada um destes canais pode contribuir, por exemplo, para a

compreensão e expansão de um universo narrativo, deixando a cargo dos usuários o convite para participar desta construção.

Neste sentido, a associação da participação do público e seu perfil de inteligência coletiva é manifesto na ambiência digital e contribui para o surgimento de conteúdos audiovisuais orientados pela dinâmica transmidiática, retroalimentando a cultura da convergência.

Para tratar dos espectadores, em perspectiva que considera que estes não apenas fazem parte da audiência como participam cada vez mais dos processos de produção no campo audiovisual é necessário retomar os conceitos de consumo midiático para tratar da especificidade do audiovisual. Para tanto, considera-se o consumo em perspectiva sociocultural que estabelece o consumo como o processo social do uso de posses materiais ou imateriais na medida em que

Homens e mulheres percebem que muitas das perguntas próprias dos cidadãos – a que lugar pertença e que direitos isso me dá, como posso me informar, quem representa meus interesses recebem sua resposta mais através do consumo privado de bens e dos meios de comunicação de massa do que pelas regras abstratas da democracia ou pela participação coletiva em espaços públicos. (CANCLINI, 1999, p.29)

Este arcabouço teórico, elaborado por Nestor García Canclini presume que o consumo está aquém de seu aspecto econômico, uma vez que o valor simbólico é sua característica fundamental, frisando sua função essencial que é justamente dar sentido às coisas do mundo, posicionamento que ao referir-se ao consumo midiático volta-se para as relações de usos e apropriações dos produtos viabilizados pelos meios de comunicação. Ainda que não haja consenso sobre a definição de consumo midiático, tendo em vista a multiplicidade de interpretações e práticas incorporadas à este conceito, considera-se neste artigo que o consumo midiático refere-se aos “[...] estudos da ordem da relação mais ampla com os meios de comunicação, sua presença no cotidiano pautando tempos, espaços, relações, percepções etc” (TOALDO; JACKS, 2013, p.8).

De acordo com as autoras, o consumo midiático tem a preocupação de compreender e analisar os conteúdos, produtos e meios que os indivíduos consomem, tal como investigar de que maneira se dá esse consumo e seu contexto. Esta perspectiva direcionada à pesquisa sobre a relação dos sujeitos com os meios e não estritamente as mensagens, direciona suas discussões nos usos, como “operações realizadas a partir do

contato com os meios” (WOTTRICH, 2017, p.62). Consequentemente, abordar o papel dos meios e seus produtos como objetos de estudo do consumo midiático também pode ser utilizado para tratar o audiovisual, posto que o aparecimento de novos modelos de negócios, narrativas e formatos tem alterado as práticas de consumo e se revela nas novas escrituras, atravessadas pela convergência midiática.

No campo audiovisual, a reformulação das lógicas tem se pautado pelas possibilidades tecnológicas, na convivência das mídias tradicionais com o ambiente digital, com destaque para a criação de universos narrativos transmidiáticos que estimulam a replicação de conteúdos como parte da experiência de espetatorialidade. Esta redefinição é visível no uso das redes sociais digitais como o ecossistema de compartilhamento em que os modos de ver estão sendo continuamente reelaborados e esta relação mobiliza o pertencimento, uma vez que

[...] quando se reconhece que ao consumir também se pensa, se escolhe e reelabora o sentido social, é preciso se analisar como esta área de apropriação de bens e signos intervém em formas mais ativas de participação do que aquelas que habitualmente recebem o rótulo de consumo. Em outros termos, devemos nos perguntar se ao consumir não estamos fazendo algo que sustenta, nutre e, até certo ponto, constitui uma nova maneira de ser cidadãos (CANCLINI, 1997, p.42)

Orozco Gómez pontua que as audiências devem ser pensadas no plural, como premissa epistemológica que considera os sujeitos comunicativos no cenário de complexidade de interações permitidas a uma só vez. A esta afirmação exemplifica-se a narrativa audiovisual escolhida neste artigo por meio da espetatorialidade que agrega não somente os conteúdos mas as manifestações como atividade incorporada ao funcionamento das redes sociais digitais. Estar conectado em várias redes ao mesmo tempo faz parte do que se configura como as audiências contemporâneas, pois o status das audiências fortemente influenciado pela convergência midiática, não corresponde apenas aos aparatos tecnológicos mas na própria constituição cultural dos comunicantes contemporâneos.

A partir disso, observa-se a tendência de consumo transmidiático, permitindo a convivência entre a indústria tradicional de mídia e as plataformas de acesso personalizado presentes no ambiente digital. No que concerne ao campo audiovisual, as narrativas transmidiáticas explicitam a hibridização de conteúdos a fim de estender e

incentivar o engajamento do público. E é nesse cenário de convergência que o papel dos consumidores e produtores se encontra complexamente entrelaçado.

Procedimentos metodológicos

Com o intuito de analisar o espectador no ambiente digital foi escolhido o *Facebook* como a plataforma que agrega tanto os conteúdos oficiais quanto os conteúdos disseminados pelo público. Como uma pesquisa exploratória foram observadas as publicações do dia 28 de dezembro de 2018, data de estreia da narrativa interativa *Bandersnatch* até o dia 16 de janeiro de 2019. Foram escolhidas cinco fontes: a página *Black Mirror*, o grupo *Black Mirror Brasil*, o grupo *Netflix: Dicas e séries* e o grupo *Reserva Cinéfila: O Grupo*. Destas cinco, quatro são brasileiras com conteúdos publicados em português a página *Black Mirror*, o grupo *Black Mirror Brasil*, o grupo *Netflix: Dicas e séries* e o grupo *Reserva Cinéfila: O Grupo*, enquanto a página *Bandersnatch* não indica nacionalidade da página e as postagens são majoritariamente em língua inglesa.

Através da seleção das fontes houve a observação das publicações durante o período mencionado, de modo que foram selecionadas as postagens em que houve maior número de comentários principais, que são os comentários postados direto na postagem, pois o *Facebook* contabiliza os comentários de dois modos: o número total de comentários, incluindo aqueles que são respostas dos comentários e o número de comentários sem as respostas. Optou-se por considerar as postagens que tinham mais comentários da segunda forma, na compreensão de que as respostas costumam se ater ao comentário principal, de modo que não necessariamente haveria mais usuários envolvidos naquela publicação. A partir desta seleção foram capturados em tela as postagens e os comentários, com a confecção de arquivo digital em formato pdf, com posterior impressão para descrição de tipologias e categorias formulados no decorrer deste processo de exploração e leitura. Por fim, a coleta de dados originou duas análises: a análise específica que abarca as cinco fontes e a análise geral, neste artigo serão relatadas as conclusões da análise geral, posto que traz o panorama do que se encontrou com relação a tendências de postagens, formatos, públicos e temáticas, que serão discutidos na próxima sessão, após a breve explanação da contextualização da narrativa *Bandersnatch*.

Black Mirror: Bandersnatch

Bandersnatch: Black Mirror, conhecido popularmente como *Bandersnatch* é um filme que também é a quinta temporada de *Black Mirror*, série britânica lançada em 2011, transmitida pela Netflix desde 2015, ano em que a Netflix também passou a produzi-la. A série em questão se caracteriza pelo enredo de ficção científica com acontecimentos que refletem sobre o futuro da humanidade em razão dos avanços tecnológicos. No caso de *Bandersnatch*, a narrativa se caracteriza por permitir a interação dos usuários, tendo cinco finais oficiais e cenas a serem desbloqueadas de acordo com as escolhas feitas pelos espectadores durante o filme. Ainda há cenas escondidas e limites narrativos que fazem com que a história termine e se inicie do último ponto de escolha viável, ademais história tem a duração variável, com tem seis horas de cenas gravadas. Durante os meses que antecederam o lançamento deste episódio/filme/narrativa interativa, as especulações sobre o primeiro filme interativo adulto da plataforma mobilizaram notícias nos canais de informação e especulações nas redes sociais. Após o lançamento, em poucas horas foram criados guias com fluxogramas com os caminhos disponíveis, tutoriais e dicas de como acessar determinados finais circulando em blogs, páginas e sites sobre cinema, além das discussões e postagens mobilizadas nas páginas oficiais da Netflix, nas páginas não oficiais e nos grupos das redes sociais. As repercussões que se deram a partir do anúncio e posterior lançamento do que já de antemão se anunciava como uma nova forma de ver os produtos audiovisuais dialoga com a concepção de um produto personalizado aos moldes de quem o está consumindo, uma iniciativa que tem reverberado em outras empresas como a *HBO* que anunciou duas séries interativas para o ano de 2019. Este fenômeno serve para exemplificar as novas estratégias de distribuição, produção e consumo dos conteúdos audiovisuais, que incidem diretamente nas práticas, opiniões e contestações observadas no *Facebook*.

O estudo exploratório e as práticas observadas no *Facebook*

Partindo da observação de que cada uma das cinco fontes possui suas especificidades quanto ao formato e restrições configuradas pelos seus administradores e

moderadores é necessário diferenciá-las. A página *Bandersnatch* e a *Black Mirror* por serem páginas possuem curtidores e seguidores, permitindo que qualquer usuário do Facebook comente, curta e compartilhe seus conteúdos. Por outro lado, os grupos *Black Mirror Brasil*, *Netflix: Dicas de filmes e séries* e *Reserva Cinéfila - O Grupo* se constituem em grupos fechados, que necessitam de solicitação de participação a ser avaliada pelos administradores para que o usuário se torne um membro, de modo que, os membros possam publicar, comentar e curtir conteúdos, seguindo regras pré-estabelecidas, sem que haja a opção de compartilhar conteúdos para fora do grupo. Foram analisados 2.597 comentários oriundos das cinco fontes.

Quadro 1 - Panorama geral das fontes e número de comentários

	FONTE	TOTAL DE COMENTÁRIOS
1	Página <i>Bandersnatch</i>	1.700
2	Página <i>Black Mirror</i>	432
3	Grupo <i>Black Mirror Brasil</i>	170
4	Grupo <i>Netflix: Dicas de filmes e séries</i>	47
5	Grupo <i>Reserva Cinéfila - O Grupo</i>	248
TOTAL		2.597

Fonte: Elaboração da autora.

Na coleta de dados, optou-se por categorizar as tipologias das postagens, os formatos, os tipos de público, as categorias dos comentários e as temáticas encontradas. Quanto à primeira categoria, que diz respeito ao objetivo mais relevante da postagem, as cinco postagens foram classificadas como: crítica, entretenimento, informacional e promocional. A postagem crítica corresponde à comparação de *Bandersnatch* com o jogo *Detroit Become Human* no grupo *Reserva Cinéfila: O Grupo*; a postagem entretenimento está presente no grupo *Netflix: Dicas de filmes e séries* ao constituir-se como publicação que tem como principal objetivo o entretenimento ao relacionar *Bandersnatch* com o programa televisivo *Você decide*; a postagem informacional ocorre tanto na página *Bandersnatch* quanto no grupo *Black Mirror Brasil* e corresponde a fluxogramas didáticos que resumem os caminhos que podem ser acessados ao assistir *Bandersnatch*; a postagem promocional, por sua vez, presente na página *Black Mirror* diz respeito ao vídeo de divulgação do lançamento da narrativa.

No que diz respeito aos formatos, a definição se resume aos recursos utilizados que poderia incluir mais de um recurso, seja imagem, texto e vídeo. De modo geral, pode-se observar o uso majoritário de recurso textual (página *Black Mirror*, grupo *Black Mirror Brasil*, grupo *Netflix: Dicas de filmes e séries* e grupo *Reserva Cinéfila: O Grupo*), o que denota a necessidade de complementação do conteúdo mesmo quando há recursos imagéticos. As imagens são o segundo recurso mais utilizado (página *Bandersnatch*, grupo *Black Mirror Brasil* e grupo *Reserva Cinéfila: O Grupo*) e o menos utilizado é o vídeo (página *Black Mirror*).

Quadro 2 – Análise das tipologias e formatos das cinco fontes

	FONTE	TIPOLOGIA DA POSTAGEM	FORMATO
1	Página <i>Bandersnatch</i>	Informacional	Imagem
2	Página <i>Black Mirror</i>	Promocional	Texto e vídeo
3	Grupo <i>Black Mirror Brasil</i>	Informacional	Imagem e texto
4	Grupo <i>Netflix: Dicas de filmes e séries</i>	Entretenimento	Texto
5	Grupo <i>Reserva Cinéfila - O Grupo</i>	Crítica	Imagem e texto

Fonte: Elaboração da autora.

A partir deste panorama, a análise segue focada nas práticas do espectador no ambiente digital, tendo como base os tipos de públicos e as temáticas encontradas.

Quadro 3 - Análise geral dos públicos

	FONTE	ESPECTADOR	MEMBRO	USUÁRIO	TOTAL DE COMENTÁRIOS
1	Página <i>Bandersnatch</i>	33	--	1.667	1.700
2	Página <i>Black Mirror</i>	117	--	315	432
3	Grupo <i>Black Mirror Brasil</i>	--	170	--	170
4	Grupo <i>Netflix: Dicas de filmes e séries</i>	14	33	--	47
5	Grupo <i>Reserva Cinéfila - O Grupo</i>	145	103	--	248
TOTAL	--	309	306	1.982	2.597

Fonte: Elaboração da autora.

Os públicos foram definidos através da observação das especificidades de cada fonte em usuários, espectadores e membros. Os usuários são aqueles que comentam nas postagens sem restrições, sem que haja a indicação explícita de que a narrativa interativa *Bandersnatch* foi assistida. De mesmo modo, os membros têm a mesma incidência, com a diferença de nomenclatura, posto que eles fazem parte de grupos que possuem restrição de acesso e diferente dos usuários que tem o acesso ao conteúdo geral, eles optam por tornar-se parte de uma comunidade. Já os espectadores são protagonizados pelos comentários que tratam do universo da narrativa *Bandersnatch*.

Quanto aos espectadores, encontrados em quatro das cinco postagens, é importante ressaltar que seus comentários caracterizam-se por serem mais longos e pessoais, quando comparados aos comentários de usuários e membros. É este tipo de público que expõe seus gostos, impressões, opiniões e sentimentos de forma explícita, promovendo o debate, com explicações detalhadas sobre a aprovação ou descontentamento seja com a postagem, com os demais membros, usuários e espectadores ou com *Bandersnatch*. Por outro lado, os membros e usuários, observados em todas as postagens, tendem a reproduzir comentários mais curtos e que apontam para outros conteúdos que não estritamente a narrativa *Bandersnatch*, tais como a marcação de usuários e membros, dúvidas, referências externas e divulgações.

Quanto às práticas observadas há atividades que perpassam espectadores, usuários e membros, sendo o comportamento mais comum a marcação de outras pessoas na postagem, uma atividade cotidiana na plataforma como forma de indicar o conteúdo por meio desta sinalização. Nesta prática é comum o uso de siglas como “ac” e “rt” que significam que a pessoa em questão está acompanhando a postagem, aguardando atualizações ou replicando conteúdos, ainda nestes comentários há aqueles que indicam perspectivas futuras de se assistir *Bandersnatch* mencionando o interesse em “maratonar” a série *Black Mirror*, hábito presente na plataforma *Netflix* que é a atividade de assistir continuamente um conteúdo audiovisual. Há ainda o uso de recursos como *emojis*, *gifs* e *memes* que não necessariamente acompanham recursos textuais, pois expressam opiniões e destacam posicionamentos por meio do recurso imagético.

Um dos fenômenos interessantes observados é a reprovação quanto ao ato de criticar, justificada nos comentários que rejeitam a tendência de comportamento dos espectadores que diante de qualquer conteúdo novo precisam explicitar sua desaprovação.

Em diálogo com esta prática, observou-se a ocorrência de indicação de “*spoiler*”, uma forma de prevenir os futuros leitores de que o conteúdo trata do roteiro da narrativa que ao ser acessado por alguém desavisado por vir a estragar a experiência futura de assistir *Bandersnatch*. Ainda há a ocorrência em todas as postagens de usuários ou membros que não tratam da narrativa pois discorrem sobre referências externas ou utilizam a postagem apenas para divulgações.

Um dado interessante observado nas postagens é que a mobilização de comentários mais extensos têm maior ocorrência assim que a postagem é feita e, a medida que passam os dias, os comentários passam a se caracterizar apenas por marcações, o que pode indicar a característica fugaz das publicações dentro da lógica de funcionamento do Facebook ao apontar para a diminuição do interesse após determinado período de tempo. A seguir serão discutidas as temáticas encontradas nos comentários que indicam tendências do que se configura como a espetatorialidade de *Bandersnatch* no *Facebook*. Optou-se por classificá-las em quatro categorias: referências, inovação, decepção e sentimentos.

Quadro 3 - Análise geral dos públicos

	FONTE	TEMÁTICAS
1	Página <i>Bandersnatch</i>	Referências, inovação e sentimentos
2	Página <i>Black Mirror</i>	Referências, inovação, decepção e sentimentos
3	Grupo <i>Black Mirror Brasil</i>	Inovação
4	Grupo <i>Netflix: Dicas de filmes e series</i>	Referências, decepção
5	Grupo <i>Reserva Cinéfila - O Grupo</i>	Referências, inovação, decepção e sentimentos

Fonte: Elaboração da autora.

A temática das referências presente em quatro das cinco fontes trata principalmente de três gêneros: os jogos, a literatura e o audiovisual. Essas referências se apresentam principalmente como comparações entre a narrativa *Bandersnatch* e outros gêneros, desde aqueles que são interativos como os livros-jogos e jogos de *videogame*, como as próprias autorreferências com a série *Black Mirror*, com o uso do termo “*easter egg*” para designar as possíveis pistas e intertextualidade deixadas pelos produtores no episódio em questão. É importante ressaltar que dentre as discussões mobilizadas sobre as referências há a noção de diferenciação entre os gêneros como motivo de embate entre

aqueles que acreditam que não há como comparar um produto audiovisual com um jogo de *videogame*, por exemplo, e aqueles que discorrem sobre aspectos de produção e constituição do gênero que os tornam impossíveis de serem comparados.

Na temática da inovação, os discursos de defesa e ataque de *Bandersnatch* estão presentes também em quatro das seis postagens e tratam principalmente do uso de novas ferramentas para constituir o formato de *Bandersnatch*. Dentre estes discursos há aqueles que apontam sobre as mudanças que tem sido visualizadas no campo audiovisual, exemplificadas pelo próprio desenvolvimento diacrônico, há também o reconhecimento de que *Bandersnatch* pode ser uma proposta da *Netflix* que está em fase de teste e há até mesmo aqueles que acreditam que *Bandersnatch* é a premissa da “TV do futuro”. Por outro lado, há aqueles que não enxergam a narrativa como inovadora, exemplificando tal posicionamento através da comparação com outras narrativas e gêneros e ainda aqueles que ressaltam as falhas observadas quanto a limitações técnicas, de roteiro e produção. Uma das reclamações mais presentes diz respeito à incompatibilidade da narrativa com os dispositivos utilizados, o que reafirma que possivelmente este formato como piloto seja uma proposta de adequação anterior a mudanças de formato dos conteúdos audiovisuais da *Netflix*.

Em um *meme* que circula na internet, um *tweet* da página oficial da *Netflix* apresenta a seguinte frase “Eu estou farta de nunca ser boa o suficiente pra vocês” e diz respeito às reclamações com relação a empresas, seus produtos e formatos. A decepção está presente em três das cinco postagens e trata sobre a insatisfação diante das expectativas geradas pela narrativa, seja pela falsa decisão daqueles que alegam que as escolhas são limitadas, seja pelo roteiro tido como mal elaborado ou pelas próprias falhas técnicas na execução da narrativa, legenda e compatibilidade. É oportuno ressaltar que dentre estes comentários há aqueles que mencionam o quanto o ato de reclamar diante de uma novidade tornou-se um hábito cotidiano na internet.

Por fim, a temática dos sentimentos, presente em três das cinco postagens, trata das emoções sensibilizadas pela narrativa que tem relação intrínseca com a metalinguagem pois o roteiro trata o falso controle como motor que promove reflexões sobre as tomadas de decisão, levadas ao âmbito pessoal pelos espectadores, usuários e membros que se questionam se as escolhas são feitas por eles ou se própria *Netflix* estaria controlando. Há ainda aqueles que mencionam terem sido acometidos por doenças

ou adquirido transtornos psicológicos após assistir *Bandersnatch*, relatando que a narrativa fez com que eles “explodissem a cabeça”, “surtassem” ou “tivessem uma crise”.

À guisa de conclusão

Este artigo teve como objetivo explorar as práticas mobilizadas nos espectadores a partir da narrativa interativa *Bandersnatch* ao analisar o debate do público com as páginas e grupos do Facebook. Observou-se que o consumo da narrativa, inclui as especificidades oriundas de uma proposta de narrativa interativa, de modo que a espectadorialidade do público é mobilizada “antes”, “durante” e “depois” da experiência de assistir ao filme, com a presença de correlações com outras obras e discussão de temas extranarrativos. Os argumentos aqui apresentados apresentam a análise das práticas observadas deste objeto e as dinâmicas de seu consumo sob a ótica da cultura da convergência. Assim, evidenciou-se que a participação do público *Bandersnatch* se caracteriza pelo diálogo existente em diferentes níveis de participação dos envolvidos neste processo, frisando o cenário de reconfigurações que envolvem a produção e recepção dos produtos audiovisuais contemporâneos. É neste cenário que a espectadorialidade se destaca por diluir as fronteiras que demarcam a produção e a recepção, uma vez que a experiência desta produção transmite o potencial das narrativas em ressignificar práticas de consumo orientadas especialmente pelas dinâmicas comunicacionais do ambiente digital. Tais reflexões partem de pesquisa³ em andamento da dissertação de mestrado que, ao pontuar a tendência de expansão dos formatos narrativos do campo audiovisual promoveu novos questionamentos que serão analisados posteriormente.

Referências bibliográficas

CANCLINI, N. G. El consumo cultural: una propuesta teórica. In: SUNKEL, G. (org.). **El consumo cultural en América Latina: Construcción teórica y líneas de investigación**. 2ª ed, Bogotá: Convênio Andrés Bello, 2006., p.72–95.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Edusp, 1997.

³ Este artigo resulta de dissertação em andamento intitulada “O consumo midiático audiovisual do espectador contemporâneo: interações do público de *Bandersnatch* no Facebook” e traz reflexões a partir da análise feitas até o mês de maio de 2019.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2015.

ESCOTESGUY, Ana Carolina D. **Cartografias dos Estudos Culturais** - Uma versão latino-americana. Belo Horizonte: Autêntica. 2001.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. & JACKS, Nilda. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

JACKS, N; TOALDO, M. Consumo Midiático: uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção. In: **Anais XII Encontro Anual da Compós**. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2013.

JENKINS, Henry. **Cultura da Conexão**. São Paulo: Aleph, 2017.

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

LÉVY, P. **Inteligência Coletiva**: Para uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Edições Loyola, 1998.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2010.

ROSSINI, M; RENNER, A. Nova cultura visual? Netflix e a mudança no processo de produção, distribuição e consumo do audiovisual. In: **Anais XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-2972-1.pdf>

WOTTRICH, Laura H. (2017). **“Não podemos deixar passar”**: práticas de contestação da publicidade no início do século XXI. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.