

COMO FAZER OU DEFINIR A “TV DE QUALIDADE” E “DE PRESTÍGIO”? DISPUTAS DISCURSIVAS DENTRO DO CAMPO TELEVISIVO

Gabriel FERREIRINHO, (UFF)¹

Resumo: As relações simbólicas por trás das noções de “qualidade” e “prestígio” na televisão apresentam complexidades particulares ao próprio meio. As disputas discursivas dentro do campo televisivo pela definição dessas categorias fazem parte da luta para determinar o que deve ser entendido como legítimo. Neste artigo, serão analisadas 15 matérias jornalísticas ou artigos de opinião que pretendem definir o que é e como fazer uma “TV de qualidade” ou “de prestígio”, assim, busca-se entender quais são os elementos discursivos evocados para tais categorizações em séries televisivas dentro de 4 categorias: canais e plataformas de streaming; audiência; valor econômico da produção; e autoridade da equipe.

Palavras-chave: TV de qualidade; prestígio televisivo; campo televisivo; séries.

Abstract/Resumen: The symbolic relations behind the notions of "quality" and "prestige" in television present complexities particular to the medium itself. The discursive disputes within the television field for the definition of these categories are part of the struggle to determine what should be understood as legitimate. In this article, 15 journalistic articles or opinion pieces that intend to define what is and how to make a "quality" or "prestigious" TV will be analyzed, thus, we seek to understand what are the discursive elements evoked for such categorizations in television series within 4 categories: streaming platforms and channels; audience; economic value of production; and authority of the crew.

Keywords/Palabras clave: Quality TV; Prestige TV; television field; series.

INTRODUÇÃO

Os discursos acerca do que significaria “qualidade televisiva” dentro do universo das ficções-seriadas estadunidenses têm sua origem geralmente atrelada ao livro de Jane Feuer, Paul Kerr e Tise Vahimagi (1984) no qual discutem as produções da MTM Enterprises e atribuem certo “fator de qualidade” a tais. Porém, tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos, as discussões acerca da qualidade e prestígio das produções de televisão se estabeleceram desde a origem do próprio meio televisivo, em um momento em que era enxergado como um potencial propulsor de certa cultura legítima (FREIRE FILHO, 2004; MUANIS, 2015; HOWELL, 2017), embora não necessariamente com a alcunha de *quality TV* ou TV de qualidade.

Quando se trata da televisão, as relações simbólicas por trás da definição de “qualidade” e “prestígio” apresentam complexidades particulares aos seus modos de produção e consumo. Afinal, a televisão foi historicamente associada ao consumo de

¹ Gabriel Ferreirinho é Doutorando e Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, onde concluiu a graduação em Estudos de Mídia com Láurea Acadêmica (gabrielferreirinho@gmail.com).

massa e teve seu aspecto “comercial” enfatizado de modo que suas produções, enxergadas como voltadas “somente” para o entretenimento e para suprir a demanda de um público “popular”, tivessem seus potenciais artísticos menosprezados.

Por outro lado, apesar da perspectiva pretensamente consensual de que a televisão seria um meio “inferior” ou “menos válido”, outros discursos emergiram ao longo da história televisiva tentando enquadrá-la como capaz de produzir obras que poderiam disputar as noções de prestígio e qualidade, mesmo que tomando diferentes formas e utilizando diferentes elementos como categorias para definir “qualidades” e possibilidades de prestígio em diferentes épocas (FERREIRINHO, 2020).

Por isso, este artigo se volta às matérias jornalísticas e aos artigos de opinião proferidos com a finalidade de definir o que é ou como fazer uma “TV de qualidade” ou “de prestígio”. Porque as noções de qualidade e prestígio na televisão fazem parte de uma longa luta dentro do campo, na qual o discurso pode ser enxergado como ação, objetivando socialmente as ordens e sentidos do mundo, que é também instrumento para a produção de relações de poder e saber (CERTEAU, 1998; GIRARDI JÚNIOR, 2009).

A análise aqui pretendida também não poderia se voltar apenas para artigos publicados em instituições midiáticas já bem posicionadas no campo, pois as formas de poder que se fazem presentes a partir dos discursos são plurais e habitam diferentes lugares, não só aqueles entendidos como hegemônicos ou legítimos, elas se ordenam também a partir das relações sociais e das opiniões (BARTHES, 2007).

Pelo grande volume de materiais online sobre o assunto, o processo de seleção das matérias jornalísticas e artigos de opinião foi extenso. De início, pesquisei os artigos disponíveis entre as primeiras cinco e dez páginas de resultados do Google com as palavras-chave: “*what makes quality TV*”, “*what makes good TV*”, “*The best Tv shows*”, “*the best quality series*”, “*prestige TV show*”, “*prestige television*”. Desses, selecionei todos os artigos (totalizando 49²), incluindo alguns textos de opinião não publicados em empresas de mídia. De certa forma, este artigo é um experimento preliminar para mapear as discussões e veículos de mídia que estão presentes nas formações dos sentidos de qualidade e prestígio televisivo.

Optei também por excluir os textos que tratavam de plataformas ou canais específicos, para não adentrar em discussões particulares sobre os sentidos de qualidade

² Dentre esses, 8 artigos não apresentavam em qualquer momento do texto as expressões “quality” ou “prestige”.

relacionados a essas empresas; artigos acadêmicos; e artigos que apresentavam algum tipo de finalidade, como “melhores séries para aprender inglês” ou “para maratonar”. Além disso, deixei de fora os artigos que tratavam sobre gêneros audiovisuais específicos, como aqueles dedicados às melhores séries de comédia, de terror ou minisséries. Curiosamente (ou não), nenhum título de matérias que apresentavam listas de séries apontava como os melhores de “drama”, como se esse gênero já pudesse ser subentendido no panteão do prestígio e qualidade, apenas um texto falava especificamente sobre “prestige drama”, utilizando um termo já conhecido na indústria.

A partir dos 49 artigos selecionados, realizei uma breve categorização baseada em seus temas e formatos, na qual encontrei: a) 15 artigos que pretendiam explicar como fazer ou como definir qualidade ou prestígio; b) 23 artigos em forma de listas que pretendiam elencar as “melhores séries”³; c) 3 artigos que questionavam ou se opunham à ideia de prestígio ou qualidade; d) 8 artigos com categoria indefinida, que envolviam análises sobre a TV de qualidade ou de prestígio (incluindo alguns dedicados a séries específicas). Optei pelos 15 artigos da categoria “a” para, então, analisar e tentar identificar quais os elementos evocados para descrever o “como fazer” ou “como definir” a “TV de qualidade” e o prestígio televisivo.

OS DISCURSOS DA QUALIDADE E DO PRESTÍGIO TELEVISIVO

Quantas vezes não escutamos ou nós mesmos dissemos: “essa série é ruim, mas eu gosto”? Com quem e com quais ideias estamos dialogando quando desvalorizamos obras televisivas que gostamos em prol de certa noção de “qualidade” que serve como base geral de consenso? Não só no sentido do poder simbólico referente ao próprio campo televisivo que os discursos acerca da “TV de qualidade” e do prestígio das produções do meio têm força, mas em todo o contexto das relações sociais. As disputas discursivas pelas definições do que deve ou pode ser entendido como uma “boa televisão” também fazem parte de um jogo de poder e, como Barthes (2007) coloca, o poder se inscreve na linguagem e na língua.

³ As listas variaram tanto em tamanho (desde “as 10 melhores séries” até “as 100 melhores séries”) quanto em período (algumas listas eram focadas nas melhores séries de todos os tempos, enquanto outras se voltavam para as melhores séries dos anos 1980, do século XXI ou especificamente do ano de 2021). Um texto apresentava uma lista baseada em uma série específica, com o título “10 Shows Like The Sopranos You Should Watch if You Like The Sopranos”, disponível em: <https://www.tvguide.com/news/10-shows-like-the-sopranos-to-watch-if-you-like-the-sopranos-hbo-hulu-amazon/> [último acesso em 22/08/2021].

A maneira como a qualidade televisiva vem sido proferida historicamente demonstra como os enunciados nunca estão isolados (BAKHTIN, 2000), cada novo discurso que tenta apontar um elemento ou uma definição para o que deve ser considerado como “TV de qualidade” está sempre conectado com o histórico dessa discussão dentro do campo televisivo e, ao mesmo tempo, está conectado com as discussões acerca dos sentidos de “qualidade” que habitam outros campos.

Os dois campos que mais parecem influenciar a concepção de qualidade que será atribuída à televisão são o da literatura e o do cinema. Diversas pesquisas apontam para o incômodo de, em anos de desenvolvimento e pesquisa do meio televisivo, não termos desenvolvido uma linguagem que possa discutir a televisão em termos artísticos próprios de suas imagens, sons e narrativas (MITTELL, 2006; JARAMILLO, 2013). De certo modo, essa influência ou dialogismo que se exerce de campos mais legitimados sobre o campo televisivo no desenvolvimento de uma classificação de “TV de qualidade” realiza uma nova formação discursiva que estimula modalidades de exclusão e abandonos (GIRARDI JÚNIOR, 2009), o que gera apagamentos discursivos sobre a própria mídia televisiva e seus conteúdos, como o tão falado slogan da HBO “It’s not TV, it’s HBO⁴”.

Se nos ancorarmos em Bourdieu (1989; 1996), o modo pelo qual os sentidos de prestígio e qualidade televisiva se tornam comuns entre os agentes do campo e são compartilhados em discursos institucionais ou pessoais se dá de maneira gradual, por meio de esquemas de pensamento, classificação e ação que vão sendo construídos ao longo das experiências de tais agentes dentro de seus campos de possibilidade sociais e históricos e dependem do investimento destes agentes nas “regras” do campo. Isso possibilita que enxerguemos o funcionamento do campo e os discursos proferidos dentro dele em uma relação dialética na qual o campo produz os agentes, mas os agentes produzem o campo.

Se pensarmos somente nos discursos ordenadores acerca da qualidade televisiva, as instituições e autoridades do campo têm grande força na propulsão do sentido que formarão as classificações e critérios que serão utilizados para a definição de tal qualidade. Por isso, parte fundamental da formação do campo televisivo foi a estruturação de academias, premiações, instituições de críticos que estivessem dispostos

⁴ Em tradução livre: “Não é TV, é HBO”.

a fazer com que as regras do campo fossem enxergadas como realidade e pudessem tornar real a *illusio*. No caso da televisão, os discursos proferidos em diferentes mídias e em outros campos, como o da ciência, que entram em conformidade com os ideais da “TV de qualidade” servem para fortalecer ainda mais certo *falso* consenso, fortalecendo as regras do campo e fazendo com que sejam entendidas como verdade.

A partir dos discursos midiáticos e daqueles proferidos por instituições ou agentes com autoridade (como premiações e críticos), a ideia do que seria “qualidade” televisiva é operada de forma pretensiosamente consensual, como se todos entendessem mais ou menos o que quer dizer “ter qualidade e prestígio” e “não ter”, mesmo que esses sentidos se oponham à opinião pessoal; é o saber que tal produto televisivo não é “de qualidade” por mais que “seja legal”, por mais que “seja bom” ou por mais que “faça sucesso”. A matéria “15 shows that define prestige” (AXELROD, 2018), que será analisada na próxima seção, representa muito bem essa concepção na passagem: “Sabemos o que é TV de prestígio quando vemos, e também sabemos instintivamente o que não atende aos requisitos. Por qualquer razão que seja, sabemos exatamente porque *The Handmaid’s Tale* é TV de prestígio enquanto *How to Get Away With Murder* simplesmente não é⁵”. Dito isso, quais são, então, os elementos convocados pelos discursos contemporâneos que tentam definir a qualidade e o prestígio televisivo?

O PRESTÍGIO TELEVISIVO PROFERIDO

Antes de adentrar propriamente as análises dos 16 artigos selecionados, é oportuno realizar alguns apontamentos. As pesquisas com as palavras-chave “*what makes quality TV*” e “*prestige television*” resultaram em um número maior de artigos advindos de textos acadêmicos, o que pode indicar como a nomenclatura ainda é mais utilizada entre pesquisadores de televisão e audiovisual. Algo que chama a atenção é que os resultados para pesquisas que envolviam “quality TV” e “best tv shows” entregaram mais matérias focadas em séries da Netflix, enquanto pesquisas que incluíam “prestige” entregaram mais matérias que citavam a HBO.

⁵ No original: “We know prestige TV when we see it, and we also instinctively know what doesn’t meet the requirements for prestige TV as well. For whatever intangible reason, we know exactly why *The Handmaid’s Tale* is prestige TV while *How to Get Away With Murder* just isn’t”.

Em um texto do site de perguntas e respostas *Quora*, Rebecca Metz descreve⁶ séries “de prestígio” em tópicos que exemplificam bem cinco categorias recorrentes em textos que se propõem a definir “qualidade” e “prestígio” televisivo, que encontrei nos textos analisados e que já havia observado em pesquisas anteriores: a) canal/plataforma: em que se fundamenta uma relação entre prestígio e canais *premium* e plataformas de *streaming*; b) audiência: de maneira em que o “tipo” de público da série também influencia o caráter prestigioso; c) valor econômico da produção: conectando produções mais caras com a noção de “qualidade”; d) autoridade da equipe: na qual os profissionais na frente e por trás das câmeras são elementos para elevar os discursos sobre a produção; e) narrativa: uma categoria mais complexa em que são acionadas tanto questões de roteiro quanto questões de representação. A essas categorias, percebi a emergência de mais duas que são tendências nos textos analisados: f) inovação: que inclui discursos sobre televisualidade, técnica e “liberdade criativa”; g) premiação, em que prêmios relevantes são acionados para elaborar o prestígio de certas produções.

Explicadas as categorias, é possível adentrar brevemente em como cada uma delas se constitui dentro dos discursos relacionados aos modos de fazer e definir “a televisão de qualidade ou prestígio”. Porém, devido às limitações do modelo artigo, neste trabalho o foco será depositado apenas sobre 4 categorias: canais e plataformas de *streaming*; audiência; valor econômico da produção; e autoridade da equipe.

Canais e plataformas de *streaming*

A relação entre canais a cabo e séries de televisão entendidas como distintas, com qualidade “superior” àquela encontrada em outras produções “comuns” do meio, teve início nos anos 1980. Porém, é possível perceber nos discursos que esse argumento se sedimentou de maneira mais proeminente a partir das séries lançadas no fim dos anos 1990 e começo dos anos 2000. Em um texto que se propõe a pensar “TV de prestígio” contemporaneamente, por exemplo, Weekes (2021) explica que o termo teve como propósito ressaltar séries de televisão que tinham sido “elevadas” devido a séries de canais a cabo, como *The Sopranos*, *Mad Men* e *Breaking Bad*. Mais para frente em seu texto, embora sugira que esse tipo de produção está expandindo para outras empresas televisivas, a autora sugere que são as plataformas de *streaming* que estão também

⁶ Disponível em: <https://www.quora.com/What-constitutes-prestige-drama> [último acesso em 06/01/2022].

participando, deixando de fora os canais abertos que são mais facilmente “rejeitados” desse panteão de distinção.

Por outro lado, o simples fato de ser um canal fechado não garante esse selo de prestígio definitivamente, uma questão curiosa é o modo como essa disputa pela alcunha de qualidade televisiva é travada por canais específicos que tendem a tentar se afastar da ideia de “televisão”, como colocado pelo texto publicado no site CelebMix (2016) que também inclui a relação com os slogans dessas empresas, como o famoso da HBO já constantemente trabalhado academicamente: “Parece que as emissoras que consideramos como “TV de qualidade” estão desafiando narrativamente a televisão e não querendo parecer televisão, mas algo mais (HBO: ‘Não é TV, é HBO’; FX: ‘Não tem caixa’; AMC: “algo a mais”; etc)⁷” (tradução nossa).

É possível perceber que parte dessa construção de alguns canais fechados enquanto portadores de qualidades excepcionais também se associa à noção de inovação e à ação de “desafiar” o cenário das séries de televisão. Porém, essa relação se estabelece de modo dialético, em que tanto uma empresa pode, de certa forma, emprestar seu *status* para suas produções quanto certas produções funcionam para consolidar o prestígio da empresa. Axelrod (2018) apresenta em seu texto para o site *Fansided* alguns exemplos de obras que serviram para posicionar novas empresas televisivas (principalmente, serviços de *streaming*) no panteão da “TV de prestígio”, como *The Handmaid’s Tale* foi capaz de fazer para a plataforma Hulu e *Transparent* fez com a Amazon Prime Video. O autor inclusive comenta como, no segundo caso, a série deixou de ser uma das principais da plataforma, mas “(...) é a única que permitiu com que ela ascendesse ao status atual de potencial destino para a TV de prestígio⁸” (tradução nossa). No texto de Emily J. (2021) também fica aparente a perspectiva da necessidade de obras que se destaquem para as empresas televisivas, em uma seção intitulada como “Dramas de prestígio definem redes de televisão”, a autora comenta como os dramas de prestígio se tornaram fundamentais para qualquer canal que esteja buscando definir o tom de suas histórias e criar uma série que se tornará um marco.

⁷ No original: “It seems like networks that we consider as quality television are narratively challenging television and not wanting to appear as television but something more (HBO’s “It’s not TV. it’s HBO,” FX’s “There is no box,” AMC’s “something more,” etc.)”.

⁸ No original: “(...) it is the one that allowed them to ascend to their current status as a potential prestige TV destination”.

E a questão das séries “de qualidade” como propulsoras da identidade distintiva dos canais também apareceu ao longo dos textos analisados de maneira particular no caso da discussão em torno do anúncio de um novo canal na Nova Zelândia chamado SoHo (PHILPOTT, 2011). O que chama a atenção no texto de Philpott é o fato de que o novo canal constrói sua identidade enquanto um canal de qualidade mesmo não possuindo programação original, mas ancorado na aquisição de séries “de qualidade” e “distintas”, unificando em um mesmo canal (fora dos Estados Unidos) séries já condecoradas, como *Game of Thrones* (HBO) e *The Hour* (BBC 2).

Apesar de serem predominantes os discursos que associam qualidade e prestígio televisivo aos canais a cabo e às plataformas de *streaming*, existem tensionamentos nessa compreensão, como o apresentado por um texto da *Casting Agencies Directory*⁹ que, por mais que (ou exatamente pelo fato de) estar dialogando com a ideia de uma “ótima” série expõe que existem muitas opções de programação tanto em canais abertos quanto fechados e *streamings* e que é possível encontrar uma ótima série para assistir respeitando os gostos particulares de cada pessoa.

Por outro lado, essa percepção também entra em contraste com outro discurso presente, como o encontrado no Cideshow (2017), de que a qualidade da televisão como um todo estaria se elevando devido à era da *Peak TV* em que cada vez mais séries são lançadas anualmente e que enfatizaria a competição entre os canais, fazendo com que “boas séries” não sejam mais o suficiente para o público, porque elas precisam ser “ótimas”. Além disso, embora o artigo não dê conta de discutir a fundo quais seriam as características que demonstram a influência de canais a cabo sobre os outros, um comentário de Sameer Ketkar no Quora¹⁰ oferece uma pista ao relacionar qualidade com a liberdade para tocar em certas questões, como nudez e palavrões, e ao comentar que essas séries de prestígio estão sendo capazes de gerar mudanças em séries de outros canais que, em suas séries “de qualidade”, passam a introduzir elementos mais ousados para o que era comum à televisão.

⁹ Disponível em: <https://www.castingagenciesdirectory.com/blog/what-makes-a-tv-show-great> [Último acesso em 08/01/2022].

¹⁰ Disponível em: <https://www.quora.com/Why-has-the-quality-of-television-shows-improved-so-much-in-the-past-fifteen-years-Is-it-because-of-the-increased-competition> [último acesso em 08/01/2022].

Audiência

Os discursos que elaboram a relação entre prestígio, qualidade e audiência carregam elementos muito frutíferos para o meio televisivo, inclusive porque muitas discussões acerca da distinção nos campos da arte são pautadas a partir das noções de arte pura e arte comercial identificadas por Bourdieu (1996) no campo literário francês da época e que não se aplicam de maneira homóloga ao campo da ficção seriada estadunidense contemporânea. Por exemplo, Axelrod (2018) reconhece que “É muito possível que o impressionante catálogo de TV de prestígio da HBO nunca teria surgido se não fosse por *The Sopranos* se tornando uma queridinha comercialmente e criticamente como foi¹¹” (tradução nossa), elencando o aspecto comercial e artístico lado a lado.

Ao falar sobre *The Americans* (FX), Axelrod (2018) também complexifica os modos como uma série pode atingir o *status* de “prestígio” ao dizer que, embora tenha sido esnobada muitas vezes pela premiação do *Emmy*, conseguiu alcançar o panteão das produções de qualidade devido à adoração “quase universal” da crítica e de uma base de fãs estruturada. Por outro lado, o autor também demonstra como a tensão entre audiência e crítica também se estabelece com maior relevância para o lado da crítica, aparecendo como maior potência para estabelecer prestígio ao dizer que *The Wire* (HBO) pode não ter alcançado o sucesso comercial de outras séries, mas que é amplamente considerada um dos maiores séries de todos os tempos. De qualquer forma, a separação entre arte pura e arte comercial não é “resolvida” na televisão, é uma luta que se estabelece pelos modelos de negócio (produção, distribuição e consumo).

Uma demonstração dessa disputa aparece também no texto de Philpott (2011) que coloca um peso muito menor no gosto e acesso do público ao tentar debater o que significa “TV de qualidade” quando diz: “A questão para determinar se um show é de qualidade é bem diferente de saber se uma pessoa gosta dela; pense em um show como *Mad Men*, de nicho com um público limitado, que ainda consegue ser considerado um dos de mais qualidade que existem¹²” (tradução nossa). E, de outro lado, o texto da *Casting Agencies Directory* associa a qualidade mais ao popular, enfatizando o interesse

¹¹ No original: “It’s quite possible that HBO’s impressive catalogue of prestige TV would have never seen the light of day if it wasn’t for *The Sopranos* becoming the commercial and critical darling it was”.

¹² No original: The question of whether a particular show is a quality show is quite different from the question of whether a person likes a show; think about a show like *Mad Men*, a niche show with a limited audience, which still manages to be considered one of the best quality shows around”.

do público em encontrar séries de qualidade que as interessem e as façam maratona. O que mais demonstra a disputa no caso desses dois discursos é exatamente o fato de que o primeiro está mais concentrado em trabalhar a perspectiva de distinção ligada à arte pura enquanto o segundo está interessado em elaborar os interesses comerciais.

No texto publicado no CelebMix (2016), surge uma pista de que parte da força que a audiência vem ganhando nos discursos acerca das definições de qualidade e prestígio se referem à noção de que o público veio se tornando mais ativo a partir de inovações técnicas e narrativas das séries a partir do final dos anos 1990 que se contrapõem a histórias “simples” e que utilizam “apenas três câmeras”, comuns nas produções televisivas mais tradicionais. No mesmo texto, é perceptível de que não é qualquer público que será acionado nas discussões sobre qualidade televisiva, mas que as boas séries “são séries que estão associados a um fandom e a novas práticas de visualização como binge watching e visualização on-line em vez de sintonizar uma vez por semana para vê-lo em um aparelho de televisão¹³” (tradução nossa), ou seja, que é necessário principalmente um público que seja qualificado no campo como “especializado”. A maneira como uma produção pode gerenciar essa relação com a audiência aparece também no texto da ForeverGeek (2015) ao tratar das recompensas para fãs atentos, como *easter eggs*, callbacks para episódios anteriores e piadas contínuas por temporadas a fundo. Assim, por mais que enfatizem características narrativas, são elementos que só se estabelecem a partir da interação da audiência com a série (KACKMAN, 2010).

Por fim, para destacar também tensões dentro da categoria “audiência”, dois textos descrevem a qualidade também bastante relacionada à maneira como o público se identifica com a série. Dotson (2016), por exemplo, coloca que “(...) os melhores são os programas que você pode citar e se identificar com cada situação, aqueles que você já viu repetidas vezes¹⁴” (tradução nossa), elevando o peso de séries de conforto e, mais do que isso, uma relação mais histórica do ato de assistir televisão da perspectiva pessoal. Do lado de profissionais da área, Sam Esmail em entrevista para Licata (2016), ao responder o que ele procura numa “boa televisão”, posiciona o valor da identificação do

¹³ No original: “They are the shows that are associated with a dedicated fandom and new viewing practices like binge watching and online viewing instead of tuning in once a week to view it on a television set”.

¹⁴ No original: “(...) the best are the shows you can quote and relate to with every situation, the ones you have seen over and over again”.

público acima dos jogos de roteiro que se tornaram comuns à “TV de qualidade”: “De repente, o público se envolve com esses personagens e suas vidas e não se importa com a próxima reviravolta ou *plot twist*¹⁵” (tradução nossa).

Valor econômico da produção

Discussões acerca do valor econômico das séries e sua relação com a qualidade o prestígio televisivo são as que apareceram em menor quantidade em comparação com as outras categorias, porém, ainda assim é possível notarmos alguns pontos interessantes. Emily J. (2021), por exemplo, ressalta como há uma tendência, a partir da entrada de cada vez mais serviços de *streaming* (e mais produções seriadas, conseqüentemente), de chamar a atenção com séries geralmente caras e, dentro de sua lista de como criar um drama de prestígio inclui um tópico chamado “alto valor de produção”. O que é curioso nessa colocação é o fato da autora começar a explicação dizendo “quer você possa ou não ver o que está acontecendo na tela (...)”¹⁶ (tradução nossa), de maneira que, em relação ao título do tópico, demonstra que o valor da produção pode ser até mais importante do que de fato será realizado tecnicamente com esse dinheiro.

Essa foi exatamente uma das críticas à última temporada de *Game of Thrones* (HBO), que elaborou a principal batalha da série (que vinha sido desenvolvida ao longo de todas as sete temporadas anteriores) em uma televisualidade que deixou parte do público e da crítica frustrados por não conseguir enxergar exatamente o que estava se passando. De qualquer forma, quando se trata dessa atração da HBO, o custo da produção é acionado constantemente como um fator de distinção, como no texto de Axelrod (2018).

Uma das possíveis explicações para os sentidos discursivos de se trabalhar os gastos econômicos com certa séries pode advir exatamente da comparação das produções televisivas com as cinematográficas, que costumam ser mais diretamente associadas à arte e possuir orçamentos mais avantajados. O texto sátira publicado na *Vulture* por VanArendonk (2017) que se propõe a explicar como reconhecer se o que você está assistindo é uma série da “TV de prestígio” exemplifica essa relação ao dizer

¹⁵ No original: “All of a sudden, the audience is wrapped up with these characters and their lives and doesn’t care about the next plot turn or twist”.

¹⁶ No original: “Whether or not you can see what’s happening on screen (...)”.

“É como um filme. (...) inclui implicações ainda mais pontuais de sofisticação cinematográfica, complexidade narrativa e altos valores de produção¹⁷” (tradução nossa). Outra possível explicação seria o fato de que com grandes orçamentos seria mais fácil trazer renomados profissionais do cinema para trabalharem em séries de televisão que, como veremos a seguir, também elevam os sentidos de qualidade e prestígio.

Autoridade da equipe

A presença de profissionais do cinema como argumento para a elevação das séries ao panteão da qualidade já está presente há muitas décadas na história da televisão estadunidense (FERREIRINHO, 2020), porém, mais recentemente surgiram novas reconfigurações desses discursos, como a ideia expressada por Sameer Ketkar no Quora de que grandes diretores e *filmmakers* estão migrando para a televisão por terem uma melhor chance de contar as histórias que desejam contar. Porém, esse argumento continua dialogando com discursos precedentes de maior qualidade atrelada ao “cinematográfico” e de separação entre arte pura e arte comercial. Isso fica evidente na colocação de Ketkar quando diz que atores e atrizes também estão migrando para a televisão, seguindo os passos dos diretores, mais por uma decadência do cinema que está “popularesco” demais do que, de fato, pelas possibilidades oferecidas pela televisão (embora ele também reconheça com bons olhos a chance de trabalhar um mesmo personagem por anos, algo muito mais associado à televisão): “É assim que os atores fazem seus nomes: com personagens. E a TV está simplesmente oferecendo melhores personagens do que seu filme padrão de efeitos especiais de Hollywood blockbuster. É uma escolha óbvia, para bons atores, migrar para a televisão¹⁸” (tradução nossa).

Outra reconfiguração desses discursos aparece no texto de Weekes (2021) em que, além de reconhecer a evolução da televisão devido às plataformas de streaming, argumenta que a chegada de estrelas do cinema para produções do meio televisivo na busca por contar histórias mais envolventes deixa claro que a “TV de prestígio” está expandindo fortemente. Embora esse argumento em si não seja tão inédito, o que realmente reforça uma reconfiguração do discurso, é a ênfase dada pela autora ao fato

¹⁷ No original: “It’s like a movie. (...) it includes even more pointed implications of cinematographic sophistication, narrative complexity, and high production values”.

¹⁸ No original: “This is how actors make their names: with characters. And TV is simply offering better characters than your standard Hollywood special effects blockbuster film. It’s a no-brainer for good actors to migrate to television”.

de que, dentro dessa categoria de profissionais do cinema, algo que está potencializando o prestígio televisivo é a presença de atrizes mais velhas. Além disso, ao falar sobre *WandaVision* (Disney+), Weekes elogia a atuação de Elizabeth Olsen (que interpreta a protagonista) e, como se estivesse respondendo os discursos que diminuem produções televisivas frente àquelas do cinema, coloca: “Isso não deve ser reduzido porque é um show da Marvel da Disney+, porque é para lá que muitas pessoas talentosas estão se dirigindo¹⁹” (tradução nossa).

Elementos discursivos elaborando a presença de profissionais do cinema como provedores de qualidade ou prestígio para as séries de televisão também estão presentes nas argumentações de Axelrod (2018) que utiliza o elenco para atribuir prestígio a diversas séries que se propõe a discutir, como na passagem sobre *The West Wing* (NBC) em que coloca: “(...) com um elenco de estrelas (...) Tudo sobre o elenco expressa prestígio (...)”²⁰ (tradução nossa). Por outro lado, da mesma maneira como uma equipe já autorizada pode gerar prestígio para uma série, o prestígio profissional pode advir de uma obra (demonstrando as relações que Bourdieu propõe serem relacionais), como Axelrod (2018) também exemplifica a partir de *The Sopranos* (HBO), dizendo que a série foi responsável por estabelecer a carreira de roteiristas e atores de maneira sólida.

Por outro lado, para concluir, Axelrod (2018) também reconhece que a relação de prestígio estabelecida entre profissionais e obras não se dá apenas no aspecto positivo e a reputação de atores envolvidos em séries também podem acabar prejudicando grandes produções. Ele demonstra esse discurso ao falar sobre *House of Cards* (Netflix) que, por um lado lançou duas estrelas de cinema como protagonistas (Robin Wright e Kevin Spacey), algo que para o autor era uma raridade no início dos anos 2010, demonstrando que o cenário televisivo era frutífero para profissionais cinematográficos; mas, por outro lado, teve seu prestígio drenado pelas denúncias de assédio sexual do ator protagonista. Sendo assim, a partir dos discursos acerca da autoridade da equipe envolvida na produção de séries, é perceptível que a relação entre profissionais e prestígio é, como nas outras categorias, recheada de tensões.

¹⁹ No original: “That shouldn’t be reduced because it’s a Disney+ Marvel show, because that’s gonna be where a lot of talented people are heading”.

²⁰ No original: “(...) with a stellar cast (...) Everything about that cast screams prestige (...)”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por mais que metodologicamente, tenha sido possível encontrar algumas categorias para elaborar os discursos acerca dos modos de definir ou fazer a “TV de qualidade” e a “TV de prestígio”, essas categorias se correlacionam e, muitas vezes, os discursos misturam e tensionam esses elementos em suas argumentações. Dessa forma, trabalhos futuros podem se debruçar mais profundamente na análise das categorias aqui levantadas e nas outras categorias que emergiram, incluindo a de narrativa que demonstra complexidades e tensões discursivas muito expressivas.

Foi possível perceber certa distinção que se estabeleceu nos textos entre “boa” e “ótima” televisão de um lado e “TV de qualidade” ou “prestígio” de outro, como se formassem um espectro que vai do “bom” (fortemente associado ao aspecto comercial) até a “qualidade” e “prestígio” (fortemente associado ao aspecto de distinção que também se estabeleceram em outros campos). De certo modo, podemos encontrar elementos discursivos que estabelecem uma similaridade com o espectro de arte comercial para a arte pura proposto por Bourdieu. Porém, não exatamente do mesmo modo, afinal, a televisão é um meio que não pode ser entendido por uma homologia completa com o campo da literatura da época analisada por Bourdieu, pois possui seus próprios modos de funcionamento.

Vale ressaltar que comparações entre obras de televisão e obras do cinema e da literatura apareceram em menor quantidade do que na análise dos discursos acadêmicos acerca da TV de qualidade (FERREIRINHO, 2020) e, quando essas comparações com outros meios apareciam eram geralmente textos escritos por pessoas que se denominavam enquanto “críticos”, “acadêmicos” ou outros tipos de “autoridade”.

REFERÊNCIAS

AXELROD, Joshua. 15 shows that define prestige TV. **Fansided**, 2018. Disponível em: <https://fansided.com/2018/07/28/15-shows-that-define-prestige-tv/>. Acesso em: 08/01/2022.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da Criação Verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

BARTHES, Roland. **Aula**: aula inaugural da cadeira de semiologia literária do Colégio de França, pronunciada dia 7 de janeiro de 1977. 14 ed. São Paulo: Cultrix, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

- _____. **As Regras da Arte**: gênese e estrutura do campo literário, Lisboa: Presença, 1996.
- CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano**. 3 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.
- DOTSON, Brickell. What Makes A Good TV Show?. **Odyssey**, 2016. Disponível em: <https://www.theodysseyonline.com/good-tv-show>. Acesso em: 08/01/2022.
- FEUER, J.; KERR, P; VAHIMAGI, T. **MTM: Quality Television**. British Film Institute, 1984.
- FERREIRINHO, Gabriel. **43º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM**, 2020, Salvador. *Como se formou a "TV de qualidade"?* Reconfigurações de qualidade televisiva nas ficções-seriadas estadunidenses. São Paulo: Intercom, 2020. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2020>. Acesso em: 22/08/2021.
- FREIRE FILHO, J. Notas históricas sobre o conceito de qualidade na crítica televisual brasileira. **Galáxia**, n.7, 2004.
- GIRARDI JÚNIOR, L.. Bourdieu e Foucault: entre dispositivos e disposições. In: **XIV Congresso Brasileiro de Sociologia - 2009**, Rio de Janeiro. Sociologia: Consensos e Controvérsias, 2009.
- HOWELL, Charlotte. Legitimizing genre: The discursive turn to quality in early 1990s science fiction television. **Critical Studies in Television**, v. 12, n. 1, p. 35–50, 2017.
- J., Emily. How to Create a Prestige Drama. **The Launch Pad**, 2021. Disponível em: <https://tblaunchpad.com/how-to-create-a-prestige-drama/>. Acesso em: 08/01/2022.
- JARAMILLO, D. Rescuing Television from cinematic: the perils of dismissing television style. In: JACOBS, J; PEACOCK, S. **Television Aesthetics and Style**. New York: Bloomsbury Publishing, 2013.
- KACKMAN, M. Quality Television, Melodrama, and Cultural Complexity. **Flow TV**, 2010. Disponível em: <https://www.flowjournal.org/2008/10/quality-television-melodrama-and-cultural-complexity%2%A0michael-kackman%2%A0%2%A0university-of-texas-austin%2%A0%2%A0/>
- LICATA, Annie. ‘Mr. Robot’ Creator Sam Esmail: What Makes a Great TV Show. **Rolling Stone**, 2016. Disponível em: <https://www.rollingstone.com/tv/tv-features/mr-robot-creator-sam-esmail-what-makes-a-great-tv-show-125239/>. Acesso em: 08/01/2022.
- MITTELL, J. Narrative Complexity in Contemporary American Television. IN: **The Velvet Light Trap**, n. 58, pp. 29-40, 2006.
- MUANIS, F. A pior televisão é melhor que nenhuma televisão. **Matrizes**, v. 9, nº 1 jan./jun. 2015.

PHILPOTT, Chris. What makes a quality television show?. **Stuff**, 2011. Disponível em: <https://www.stuff.co.nz/entertainment/blogs/on-the-box/5562830/What-makes-a-quality-television-show>. Acesso em: 08/01/2022.

TOP Critics Share What Makes a Show Good vs. Great. **Cideshow**, 2017. Disponível em: <https://cideshow.com/blog/differences-between-good-and-great-show>. Acesso em: 08/01/2022.

WHAT Makes a Great TV Series “Great” These Days?. **ForeverGeek**, 2015. Disponível em: <https://www.forevergeek.com/great-tv-series-factors/>. Acesso em: 08/01/2022.

WHAT makes good television?. **CelebMix**, 2016. Disponível em: <https://celebmix.com/makes-good-television/>. Acesso em: 08/01/2022.

WEEKES, Princess. How Do We Define Prestige Television in a WandaVision World?. **Mary Sue**, 2021. Disponível em: <https://www.themarysue.com/prestige-tv-wandavision/>. Acesso em: 08/01/2022.