



Grace And Frankie (2015-atual). Produção: Netflix. Fonte: divulgação.

Velhice e sexualidade: recepção e consumo da série *Grace And Frankie* por espectadores brasileiros da Netflix

Luciano da Rosa Marafon

Bacharel em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela Unochapecó.

Dafne Reis Pedroso da Silva

Doutora em Comunicação social (PUCRS), Mestre em Ciências da Comunicação (UNISINOS), professora dos cursos de Comunicação e Design e coordenadora do curso Superior de Tecnologia em Produção Audiovisual da Unochapecó.

Resumo: O artigo apresenta os resultados de uma pesquisa sobre as percepções dos espectadores a respeito da série *Grace and Frankie*, suas formas de consumo e perfis dos sujeitos. Para tanto, articulou-se perspectivas teóricas com o propósito de desenvolver os seguintes conceitos: televisão e convergência, séries ficcionais, velhice e recepção. Como coleta de dados utilizou-se entrevistas em profundidade e questionário online, ambos aplicados com auxílio da internet, tendo como característica a *web interview*. Com isso, foi possível mapear 143 espectadores a partir de comentários em grupos, páginas e fóruns de discussão, 28 respostas no questionário e 5 entrevistas em profundidade. Como resultados é possível perceber uma migração da audiência televisiva para o ambiente digital, uma forte conexão com a história por parte de alguns entrevistados e a diferenciação de conceitos relacionados à velhice e à sexualidade vivenciados na série.

Palavras-chave: Séries ficcionais; Netflix; *Grace and Frankie*; recepção; velhice.

Abstract: The article presents the results of a research about the perceptions of the spectators regarding the series *Grace and Frankie*, their forms of consumption and profiles of the subjects. For that, theoretical perspectives were articulated with the purpose of developing the following concepts: television and convergence, fictional series, old age and reception. As data collection, was used in-depth interviews and online questionnaire, both applied with the help of the internet, with web interview as main characteristic of the method. With this, it was possible to map out 143 viewers from comments on groups, pages and discussion forums, 28 responses in the questionnaire and 5 in-depth interviews. As a result, it was possible to perceive a migration of the television audience to the digital environment, a strong connection with the story by some interviewees and the differentiation of concepts related to old age and sexuality experienced in the series.

Keywords: Fictional series; Netflix; *Grace and Frankie*; reception; old age.

INTRODUÇÃO

A série *Grace and Frankie*, produzida pela Netflix em 2015, traz duas protagonistas idosas com mais de 70 anos. As personagens possuem personalidades distintas e precisam lidar com o fim dos seus casamentos de 40 anos, pois seus maridos se declaram gays e apaixonados um pelo outro. Com isso, as duas protagonistas passam a morar juntas e precisam acostumar-se com a presença uma da outra. Entre momentos agrídoces, a série mostra, por exemplo, consumo de drogas, sexo, o medo do envelhecimento e a homossexualidade, que tem pouco espaço na mídia quando pensado no contexto da velhice. A produção teve sua primeira temporada lançada em maio de 2015, a segunda temporada em maio de 2016, a terceira em março de 2017 e já confirmada a quarta temporada para 2018. Todas as temporadas, de treze episódios com média de duração de trinta minutos, foram disponibilizadas de uma só vez a cada lançamento, e foram criadas por Marta Kauffman, mesma criadora de *Friends*, e Howard J. Morris.

A partir da observação da série e de sua repercussão, a pergunta que norteou esta pesquisa foi: como uma série que apresenta situações comumente representadas como “dramas jovens”, mas vividos por idosos, é consumida pelo espectador brasileiro? Para descobrir a resposta de questões como essa, o caminho escolhido foi uma pesquisa com foco no processo de recepção. O entendimento de recepção vai além de pensar apenas como um indivíduo “recebe” tal informação. Sob a ótica dos Estudos Culturais latino-americanos, o contexto é tão importante quanto a percepção propriamente dita. Dessa forma, a maneira com a qual o espectador se relaciona com sua comunidade e com a sua trajetória dará forma concreta à recepção. Cada indivíduo tem entendimentos diferentes para o mesmo produto, com isso deve-se levar em conta o perfil, classe social, onde e como ele consome, entre outras instâncias mediadoras (JACKS, 2014). Nesse sentido, o objetivo deste artigo é apresentar os principais resultados de uma pesquisa de conclusão de curso de Publicidade e Propaganda, realizada durante o ano de 2016, cujo objetivo geral foi analisar a recepção dos

espectadores da série *Grace and Frankie*, em termos de: formas de consumo, percepções e perfis dos sujeitos¹.

GRACE AND FRANKIE E NOVOS FLUXOS AUDIOVISUAIS



Figura 1: Grace e Frankie no encerramento do primeiro episódio da primeira temporada. Fonte: <https://goo.gl/m845Sd>

A série *Grace and Frankie* é produzida pela Netflix, um serviço de *streaming* que configurou uma nova forma de distribuir o conteúdo audiovisual. A empresa surgiu em 1997, como um serviço de locação de filmes, mas só em 2007 é que o serviço de transmissão online foi lançado e o usuário então passou a pagar uma assinatura para ver filmes pela internet. Em 2012, começa sua produção original com séries, filmes, *talk shows* e até mesmo *reality shows*².

¹ Como objetivo específico, a pesquisa também analisou a construção das personagens ao longo das duas primeiras temporadas, foco que não será aprofundado neste texto.

² Disponível em: <<https://media.netflix.com/en/about-netflix>> Último acesso em 30 de abril de 2017.

A Netflix acaba ignorando “a janela padrão de treze a dezessete semanas entre a estreia do filme no cinema e a possibilidade de vê-lo em casa, em DVD, desmistificando as salas de cinema como lugar-fim no qual toda obra cinematográfica de qualidade deve ter sua estreia e período de (rentável) exclusividade.” (ROSSINI; RENNERT, 2015, p. 05). Ou seja, desconstrói não somente o fluxo televisivo, mas também o cinematográfico. O serviço é um exemplo de produções que podem ser acessadas em diversas plataformas, colaborando com a criação e distribuição de novos conteúdos. A produção de séries por esses serviços possibilita a criação de novos personagens e temáticas.

“A maior rede de televisão na internet do mundo”, é como a empresa se define. É um canal de televisão pelo fato de ter conteúdos semelhantes aos formatos que são exibidos através de uma grade televisiva, porém seus conteúdos não recebem um fluxo contínuo. Nos últimos anos, o Emmy indicou séries produzidas pela Netflix, que nunca passaram por uma grade de programação televisiva, mas que acabam sendo formatos televisivos. Para Lima et al. (2015, p. 254) “a definição de televisão pode permanecer nebulosa por algum tempo e o tema careça ainda de muitas discussões” justamente pelo fato que a televisão já está desmembrada em várias mídias assim como seu conteúdo. Por outro lado, segundo Cannito (2010, p. 44) a televisão é muito mais que um eletrodoméstico e um modo de transmissão, é “o encontro dos programas com seu público”. Deste modo, a televisão não necessariamente é algo fixo, já que um indivíduo pode assistir TV pelo celular ou computador e mesmo assim reconhecerá o conteúdo televisivo. Isso porque a televisão desenvolveu formatos que são reconhecidos (CANNITO, 2010).

Porém, os conteúdos e formatos apontados por Cannito ainda fazem da televisão algo cultural, mesmo os conteúdos tornando-se multimidiáticos, ainda assim são tidos como televisivos. Com a convergência midiática, o espectador pode ser responsável pelo fluxo televisivo. “A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento” (JENKINS, 2009, p. 42). Ainda segundo Jenkins, a convergência

não é somente algo tecnológico, mas principalmente cultural. É a forma que um conteúdo passa entre as diversas mídias, mas também a forma que o público consome esse conteúdo, “a convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros.” (JENKINS, 2009, p. 30).

A convergência levou a TV para internet, criando novas formas de consumo e de percepção sobre produtos audiovisuais, criando possibilidades até então inexistentes e também uma mudança cultural (JENKINS, 2009, p. 43). Os sites de *streaming* como a Netflix, Amazon e Hulu, colaboram para o desenvolvimento não somente de novos formatos de produção, divulgação e circulação dos conteúdos, mas principalmente uma verdadeira mudança de audiência que transforma a programação, deixando de ser algo linear para tomar diversas formas (LUSVARGH; DANTAS, 2016).

Para melhor compreender as personagens e abordagens de temas dentro da série, foi possível notar situações e assuntos levantados na produção. Analisando cada episódio isoladamente e desconstruindo a forma narrativa notou-se que a série debate assuntos relevantes e atuais, como o recomeço da vida depois dos 70 anos, o preconceito com a idade, o medo de envelhecer e sentir-se inútil, corpo, sexo e masturbação feminina, assumir-se homossexual e principalmente o ser idoso. Aos poucos o espectador é apresentado às personalidades das protagonistas, conhecendo as suas fragilidades, medos e também o início de uma nova grande amizade entre as duas.

FICÇÃO SERIADA, VELHICE E RECEPÇÃO

Segundo Moreira (2007) as narrativas de séries ficcionais existem há muito tempo, das cartas e sermões que foram adaptadas aos folhetins, e depois para o rádio. As séries produzidas para o rádio, com a chegada da televisão, foram adaptadas para a forma audiovisual. A mais emblemática das adaptações foi *I Love Lucy*, produzida pela CBS em 1951, quando o conceito de série audiovisual ainda não existia. *I Love Lucy* é considerada a primeira sitcom produzida na televisão (ESQUINAZI, 2010, p. 20 apud CURI, 2015, p. 53).

Na década passada, a TV passa por um novo período de reestruturação. “Se a TV a cabo segmentou o mercado e empoderou o espectador, [...] a internet irá causar um impacto ainda maior e mudar até mesmo o que entendíamos como televisão.” (CURI, 2015, p. 65). Os novos modelos de ver televisão mudaram a ideia das produções, desafiando a trazer temas cada vez mais instigantes, novas formas de produção e divulgação. Com o surgimento do serviço *on demand*, e novos equipamentos com acesso à internet, os usuários passaram a ter novas formas de consumo de séries.

Nesse sentido, o surgimento da Netflix renovou a ideia de programação televisiva. O consumo de séries que antes era feito semanalmente, devido a cada semana ser lançado um novo episódio, obviamente ignorando os *downloads*, agora pode ser feito em um único dia. A Netflix tem como costume lançar todos os episódios de uma só vez, e isso alterou a forma de consumir narrativas serializadas. O fenômeno chamado *binge watching*, que é o “comportamento de fazer maratonas, de assistir vários ou todos os episódios de uma única vez” (CAMPOS et. al. 2015, p. 8) ganhou força com esse tipo de divulgação dos episódios. Por outro lado, a cultura de *spoiler* também aumentou, já que se tornou comum encontrar na internet comentários sobre o destino de tal série.

Eco (1989) defende que série, em sua forma clássica, é definida exclusivamente pela estrutura narrativa, na qual se tem um número de personagens principais que contracenam com personagens secundários, fazendo com que as ações aconteçam. Ainda comenta, que as séries televisivas têm uma característica de repetição, devido aos longos episódios que fazem as histórias se repetirem. Existem três tipos de narrativas serializadas, como descrito por Moreira (2007), a saber: (i) as telenovelas - muito populares no Brasil - e minisséries, produções que praticamente levam a mesma forma, ou seja, deixam o desfecho total da trama para o último capítulo; (ii) o seriado, uma produção em que todos os episódios apresentam um começo, um meio e um fim, sem um capítulo comprometer o andamento do outro; e (iii) o gênero que preserva a sequência da história em todos os episódios.

É fato que as narrativas audiovisuais ganharam uma importância maior com as produções de séries, isso não quer dizer apenas au-

diência, mas ganho em aspectos estéticos e novas linhas criativas para as produções (MITTEL, 2006 apud DANTAS, 2013). Isso pode justificar o sucesso das séries norte-americanas que seguem inovam em abordagens e personagens. A complexidade dessas novas narrativas faz com que o espectador não possa perder nenhum episódio para que não haja falhas na compreensão da história. O tempo das produções também evoluiu, séries como *Friends* (Marta Kauffman, 1994-2004) que possui dez temporadas, foram substituídas por produções com duração mais curta. É possível encontrar séries menores, de até 30 minutos cada episódio, como *Chewing Gum* (Michaela Coel, 2016-2017), série produzida pela Netflix. O número de personagens também mudou, enquanto no século passado as produções traziam um número pequeno de protagonistas, neste a quantidade de personagens aumentou, fazendo com que a narrativa se torne cada vez mais complexa, como *Lost* (J. J. Abrams, 2004-2010), *Sense8* (Lilly e Lana Wachowski, 2015-2017), *Game of Thrones* (David Benioff, 2011-presente) e *Westworld* (Jonathan Nolan, 2016-presente).

Com a evolução dos formatos e da própria narrativa, grupos que antes não eram retratados na TV começaram a ganhar espaço. Como os LGBTQ, que segundo um estudo feito pela GLAAD³ (Sigla em inglês para Aliança Gay e Lésbica Contra a Difamação) mostra que personagens gays cresceram dentro de séries produzidas em 2016, “Os canais pagos registram 142 personagens LGBTQ entre os recorrentes e os regulares, e os sites de *streaming*, 65” (ZANETTI, 2016, online). Outro grupo pouco representado são os idosos, principalmente quando associado ao protagonismo na trama.

Segundo Santana e Belchior (2013) os personagens idosos na década de 1970, eram, na maior parte das vezes, representados de forma negativa, apresentando as fragilidades da velhice, como dependência física e afetiva, a insegurança e isolamento. Foi na década de 1980 que começou a surgir personagens idosos associados a alegria, poder e riqueza.

³ Disponível em <<https://www.glaad.org/whereweareontv16>>
Último acesso em 05 de setembro de 2017.

[...] ainda há a presença de imagens antagônicas sobre o envelhecimento, apontando para questões positivas como o poder financeiro e até o status familiar de controle, assim como para situações negativas como a passividade, vulnerabilidade e dependência, muito embora a velhice congregue essas múltiplas facetas e tal representação reflita o que vive a maior parte dos idosos (SANTANA; BELCHIOR, 2013, p. 96).

Para Debert (2004) há uma tendência em rever papéis sociais dos idosos na televisão. Segundo a autora, o que antes era associado exclusivamente a doenças, hoje, “cada vez maior a tendência de fazer com que valores e atitudes que antes eram associados a personagens jovens tenham nos mais velhos a forma privilegiada de apresentação.” (DEBERT, 2004, p. 217). Nesse contexto a série *Grace and Frankie* constrói personagens idosos diferentes do habitual, principalmente a mulher idosa e sua vivência na velhice.

Para Salgado (2002) esse grupo etário feminino sofre duplo preconceito, por ser mulher e por ser idosa, tendo que conviver com a invisibilidade e uma certa doutrina da juventude. Historicamente, o idoso sempre foi visto como alguém sábio, que cultivava as tradições, porém, a figura do idoso passou a ser de excluído do processo produtivo. E, de certa forma refletindo nas tramas de séries de TV.

Há algumas produções que trazem o sujeito idoso como protagonista, tanto nacionais, a exemplo: *Doce de Mãe* (Rede Globo, 2012) e *Os Experientes* (Rede Globo, 2015), e internacionais: *Vicious* (PBS, 2013-2016), *Transparent* (Amazon, 2014-presente) e *Derek* (Netflix, 2012-2014). Exemplos como esses reforçam as palavras de Debert (2004) relacionadas ao destaque que se tem dado às pessoas mais velhas em produções televisivas. Porém, essa tendência é tida como nova, pois os idosos sempre foram retratados como figuras estereotipadas “como socialmente rejeitados, pouco amistosos, infelizes, tendo problemas de saúde, não atraentes, sexualmente impotentes e inativos. A maioria dos idosos é elencada para papéis cômicos, o que reforça um estereótipo negativo da velhice”. (ORJUELA, 1999 apud BELCHIOR; SANTANA, 2013, p. 97).

Estudar a recepção é ir além do consumo de determinado conteúdo, mas sim, entender individualidades e sociabilidades do indivíduo a ser pesquisado. Segundo os estudos socioculturais, abordados por Jacks (2014), a recepção engloba principalmente a relação do sujeito com a sociedade. O que Lopes (2015) concorda, dizendo que não é algo tão somente relacionado ao psíquico e ao cotidiano, mas principalmente ao contexto cultural e político.

Nesse sentido, a escolha por um conteúdo serializado pode estar relacionado às escolhas individuais, opiniões e referências de vida. Porém, “há uma certa coerência entre os lugares onde os membros de uma classe e até a fração de classe se alimentam, estudam, habitam, passam as férias, naquilo que leem e desfrutam, em como se informam e no que transmite aos outros” (CANCLINI, 2006, p. 62). Também podendo configurar o processo de recepção e criando repertório de conteúdo.

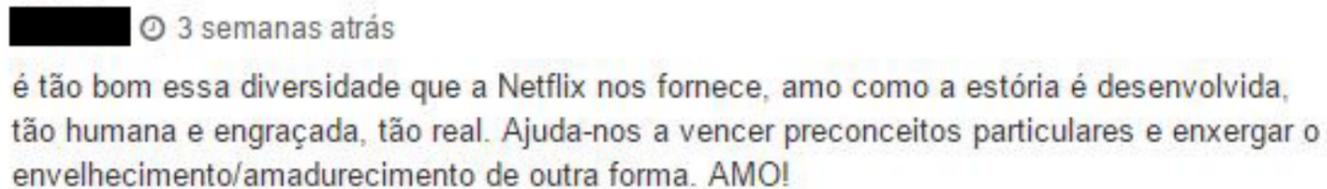
Um ponto que deve ser observado em todo o processo de recepção são as mediações. Para Silva (2009), a mediação é um lugar “onde se dá a relação entre recepção e produção e que configuram essa interação” (p. 14). A autora reforça que a mediação não é um componente linear dentro do processo de recepção, mas que está configurado como uma série de instâncias dentro do processo. Para Martin-Barbero (1997) o espaço geográfico onde o indivíduo está inserido deve ser levado em conta em um estudo de recepção, já que é nesse contexto social que o sujeito é alguém, se relaciona com outros, cria suas experiências e percepções. Nesse sentido, o autor ainda aponta mediações importantes para o processo: o cotidiano familiar, temporalidade social e a competência cultural.

ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS

Metodologicamente, considerando-se a especificidade da obra analisada, exibida no meio online, por um serviço *streaming*, a pesquisa buscou os entrevistados no meio digital. Em etapa exploratória, foram mapeados 143 comentários públicos em diver-

sos sites⁴, onde os sujeitos deixaram suas opiniões sobre a série, ou seja, as marcas do público consumidor. A partir desse mapeamento, foi possível selecionar amostras qualitativas através dos comentários, sendo que essa amostragem é um recorte dos sujeitos que foram pesquisados.

[...] o número de componentes da amostra é menos importante que sua relevância para o problema de pesquisa, de modo que os elementos da amostra passam a ser selecionados deliberadamente, conforme apresentam as características necessárias para a observação, percepção e análise das motivações centrais da pesquisa. (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 67).

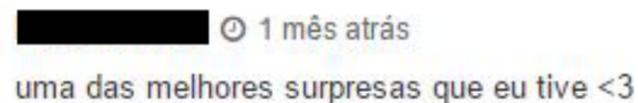


3 semanas atrás

é tão bom essa diversidade que a Netflix nos fornece, amo como a estória é desenvolvida, tão humana e engraçada, tão real. Ajuda-nos a vencer preconceitos particulares e enxergar o envelhecimento/amadurecimento de outra forma. AMO!

★★★★★ Já Vi

2 likes responder



1 mês atrás

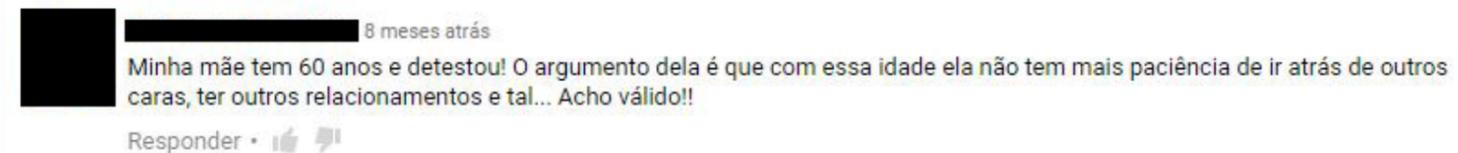
uma das melhores surpresas que eu tive <3

★★★★★ Já Vi

2 likes responder

Figura 2: Comentários do site Filmow.
Fonte: Captura de tela dos autores.

⁴ Adorocinema, Filmow, Youtube e Facebook.



8 meses atrás

Minha mãe tem 60 anos e detestou! O argumento dela é que com essa idade ela não tem mais paciência de ir atrás de outros caras, ter outros relacionamentos e tal... Acho válido!!

Responder

Figura 3: Comentários do Youtube.
Fonte: Captura dos autores.

Dos 143 espectadores mapeados, todos foram contatados através da internet para responderem ao um questionário online. No questionário obteve-se 28 respostas, em que foi possível selecionar perfis para as entrevistas em profundidade, por critérios de diversidade. Foram então, escolhidos 5 sujeitos, sendo 4 mulheres e 1 homem. O método de trabalhar com *web interview* é discutido por Oliveira et. al. (2009) que estabelecem um comparativo entre entrevistas *face to face* e entrevistas online via chat. Para os autores, as entrevistas *face to face* ganham em aspectos visuais, já que se tem o contato real com o entrevistado, porém, entrevistas via chat auxiliam o entrevistador que ganha tempo com a descrição da entrevista. Para Mendes (2009), no ambiente online “o pesquisador tem a possibilidade de utilizar recursos que, em um processo normal de pesquisa, não seriam possíveis.” (p. 3). Recursos como: liberdade maior para o entrevistado responder a questionários, entrevistas via *webcam* e via chat de redes sociais, além de possivelmente deixar o entrevistado mais confortável, já que não tem a presença física do pesquisador.

DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS: PERFIS E FORMAS DE CONSUMO

O questionário foi dividido em quatro eixos, que falavam sobre o perfil, o consumo midiático, o modo de consumo de séries e sobre *Grace and Frankie*. 28 pessoas responderam ao questionário, sendo que, 18 foram mulheres e 10 homens. A média de idade é de 34 anos, sendo a maioria moradores de grandes centros como São Paulo - SP, e tendo profissões relacionadas às áreas humanas, sociais e artísticas.

Como dados coletados através do questionário online, pode-se apontar que há uma migração da audiência televisiva para serviços *streaming*. Sendo que 39,9% desse público não assiste TV tanto a cabo quanto canais da TV aberta. Consumindo séries quase que exclusivamente através da Netflix. A quantidade de séries acompanhadas de forma regular também foi tema de perguntas do questionário. O maior número de pessoas respondeu que assistem de 4 a 6 séries, 32,1% do público pesquisado. No entanto, 4 pessoas assistem mais de 12 séries regularmente, o que é um número considerável. Há então, um consumo intenso desse gênero ficcional, o que pode também proporcionar repertório, domínio de linguagens e subgêneros.

Em relação a nacionalidade de séries que assistem, a maioria assiste com frequência séries norte-americanas, 57,1% das respostas. Apontando também, que o modo de ver séries mudou nos últimos anos. Se antes o grande número de acessos às séries era via *download*, hoje o maior número de acessos é em sites *streaming*, nos quais não precisa baixar o conteúdo para vê-lo. A maior parte das pessoas acompanham várias séries ao mesmo tempo, e em forma de maratona. Segundo a Netflix, assistir mais de três episódios seguidos já pode ser considerado uma forma de maratona. Das séries originais mais vistas pelos questionados, temos *Grace and Frankie*, a qual a pesquisa enfoca então todos a assistiram, seguido por *Sense8* (2015-2017) e *Stranger Things* (2016-presente). Sobre a pesquisa de novas séries para acompanhar, 89,3% responderam que procuram novas séries, e acabam conhecendo novas dentro da própria Netflix ou por rede social.

Em relação a série *Grace and Frankie*, a maioria conheceu através da Netflix, porém um número considerável, representando o percentual de 21,4%, chegou até a série por indicação de amigos ou familiares. Das 28 pessoas, 67,9% assistiram a série como forma de maratona. A maior parte das pessoas assistiram a série sozinhas (60,7%) mas uma pequena parcela disse assistir ou que assistiu a série comentando via mensagem de texto, sendo em redes sociais ou não (7,1%), o que é interessante, pois as pessoas não estão vendo a série juntas, mas se comunicam para falar sobre o que estão vendo.

Os cinco entrevistados em profundidade foram escolhidos através do questionário por critério de diversidade, levando em conta a idade e localização do indivíduo, já que o local onde vive pode influenciar em suas percepções sobre conteúdos audiovisuais e principalmente a velhice. Foram então, escolhidos quatro mulheres e um homem, com idade média de 36 anos, sendo o entrevistado mais velho com 61 anos e o mais novo com 21 anos. Desses, quatro moram em grandes centros e dois em cidades de interior. São pessoas que estão em fase de curso do ensino superior ou já estão formados e têm acesso à informação. A pesquisa aponta dados de quem deixou rastros na rede comentando, compartilhando ou produzindo conteúdo sobre a série. Também tem profissões ligadas a área de humanas, sociais e artísticas o que pode mediar o processo, e influenciar a escolha pela série.

O roteiro das entrevistas teve cinco eixos que nortearam a conversa, com o intuito de buscar o perfil dos sujeitos, conhecer a vida pessoal e o consumo midiático, a relação com a plataforma Netflix e sobre a série *Grace and Frankie*, onde foi possível conversar sobre a primeira e segunda temporada. Para auxílio da entrevista foram selecionados trechos de episódios para usar como ativadores de memória.

A maioria dos entrevistados dividem a conta com outras pessoas, sendo que, normalmente assistem pela TV. A maioria acessa a Netflix todos os dias, principalmente aos finais de semana, que é quando fazem maratonas de séries. Quando questionados sobre as produções da Netflix serem diferentes das de TV, houve respostas distintas. Sendo que dois entrevistados disseram não achar diferenciação de conteúdo, e outros três acham que há.

Os entrevistados, em sua maioria, conheceram a série *Grace and Frankie* dentro da plataforma Netflix, sendo que dois deles viram algo relacionado à série em outro site, despertando o interesse em assistir, um deles havia visto parte da primeira temporada em outro site online. A temática tratada na série chama a atenção de todos, e até mesmo a identificação com a história, parecida com a história de vida própria ou associada a algum familiar ou pessoa próxima. De modo geral a série foi assistida em forma de maratona. Em sua totalidade assistiram sozinhos e logo após o lançamento.

DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS: PERCEPÇÕES SOBRE SITUAÇÕES E PERSONAGENS



Figura 4: Personagem Grace.
Fonte: <https://goo.gl/m845Sd>

Quando questionados sobre as personalidades das protagonistas chegamos às seguintes descrições: para Grace; uma mulher madura, egocêntrica e que tem dificuldade em mostrar seus sentimentos. A partir de sua relação com Frankie, começa a mudar algumas características, uma vez que começa a perceber as coisas que estão em sua volta e que ela não é a única pessoa que está tentando recomeçar. Grace é dura e esconde-se embaixo de uma grande armadura, finge estar tudo bem, quando na verdade não está.



Figura 5: Personagem Frankie.
Fonte: <https://goo.gl/m845Sd>

Já a Frankie é vista como uma mulher doce e que está sempre dando conselhos aos outros, principalmente à Grace, mas que é incapaz de seguir seus próprios conselhos. Apesar de suas falas sobre liberdade e seguir em frente, sente-se insegura com o presente e solitária, o que faz não conseguir se desaproximar de Sol, seu ex-marido. Tem medo de novos relacionamentos, porque no fundo é muito frágil. Possui uma ótima relação com o próprio corpo, não tem vergonha em falar sobre sexo, mas tem receio de fazer sexo com novos parceiros.

Segundo os entrevistados, é possível perceber que o ser jovem está associado a questões comportamentais, mas também físicas. Algo inegável é que o corpo velho tem suas limitações, mas nem por isso ele precisa se abster a algo específico para essa idade. A noção de conceitos de velhice e juventude pelos entrevistados é

diferente, pelo fato de vivenciarem meios sociais e composições familiares diferentes. Aqueles que têm mais contato com idosos, seja no trabalho ou dentro da própria família, conseguem uma maior identificação com a série, e por vezes, um olhar mais sensível para o envelhecimento. Para os entrevistados, a velhice na série é compreendida como também uma fase de mudanças. Em geral os entrevistados levantaram o quanto a série é importante para o debate sobre a velhice e questões associadas a essa idade, apontando dois temas significativos no decorrer dos episódios: a sexualidade das personagens e a fragilidade do idoso.

O envelhecimento precisa ser falado como uma parte da vida sem a necessidade de ser ligada à maturidade. Não podemos excluir os idosos pois eles viveram muitas coisas que podem contribuir para o nosso presente. E que de fato, se tudo der certo, todos seremos idosos um dia. (Gabriela, 32 anos)⁵.

Pensar no sexo na velhice feminina é difícil e ainda cheio de paradigmas. De acordo com os entrevistados, é possível visualizar que a série tenta mostrar o sexo na velhice da melhor forma possível, mas mesmo assim com alguns bloqueios. O corpo feminino foi alvo de negação durante décadas, roupas, acessórios e modos de tratá-lo sempre foram pensados para o homem achar bonito, fazendo com que a mulher fosse a imagem do recato e da ingenuidade. Priore destaca, no ano 2000, que nas décadas de 1980 e 1990 a mulher passou por uma revolução silenciosa em relação ao seu corpo. “A pílula anticoncepcional permitiu-lhe fazer sexo não mais uma questão moral, mas de bem-estar e prazer.” (p. 11). A autora também aponta o encontro da mulher com seu corpo, de aceitação e autoconhecimento.

Eu achei bem legal primeiro mostrar a sexualidade das personagens, porque a gente não vê muito isso

⁵ Para preservar o anonimato dos entrevistados, utilizou-se de pseudônimos.

com personagens idosos, não só a saída do armário dos caras, e eles aparecem na cama, mas como as duas buscam reconstruir a vida, e buscar prazer em outras pessoas. Isso não aparece na ficção, não tem representatividade então para a gente que caminha para essa idade, dá essa sensação de que muitas coisas ainda podem ser vividas. (Samanta, 45 anos).

No último episódio da segunda temporada fica claro o quão saturadas elas estavam com a relação com os ex-maridos, com os filhos e com a sociedade⁶. A liberdade das duas vem de uma forma que quebra tabus, ao falar da masturbação feminina. Por serem idosas tendem a ter dificuldade a chegar ao orgasmo, e isso faz Grace perceber um novo mercado consumidor: o de mulheres idosas que querem ter prazer sexual. Essa visão desconstrói os estereótipos que revestem as mulheres idosas, porque até pouco tempo essas mulheres não podiam se despir, deviam se dedicar ao recato e negar o próprio corpo. (PRIORE, 2013 apud MUNGIOLI; DANTAS, 2015 p. 12). A cena, a qual foi disponibilizado um link para os entrevistados, tem o seguinte diálogo:

Frankie (para Coyote): Você me transformou em uma velhinha que está ficando louca e nem devia poder dirigir.

Grace (para Mallory): E eu sou apenas uma otária que não poderia dar bons conselhos.

Grace (para Briana): E você, disse que não me contrataria porque eu a ofuscaria, mas eu lhe dei a primeira ideia nova da *Say Grace* desde que assumiu. Nós demos (abraçando Frankie) e você nunca reconheceu isso. Você assumiu os méritos e tirou a Frankie da jogada.

⁶ Nesse episódio as duas personagens têm uma conversa sobre a melhor forma de masturbação. Em um discurso, Grace fala que mulheres idosas têm vaginas e que também se masturbam e que criará vibradores para esse público, o que causa grande estranhamento para a família.

[...]

Grace: Vamos fazer vibradores para mulheres com artrite.

Frankie: Sim! Vibradores! Brilhante!

Grace: Parem, mulheres mais velhas também se masturbam.

Briana: Mãe!

Frankie: E temos vaginas.

[...]

Briana: Eu duvido que exista um mercado para vibradores para idosas com artrite.

Grace (mostrando o braço): Existe! Estou agonizando.

Frankie: Demora muito mais para gozarmos, Sol.

Grace: É verdade, o sangue não circula tão fácil e o tecido genital é mais delicado. Quanto maior o esforço para o orgasmo, mais você o irrita e mais inflama sua artrite. As mulheres velhas não deveriam merecer coisa melhor?

Uma das respostas foi:

Eu gostei muito dessa cena, porque isso é um tabu muito grande, a masturbação entre mulheres mais velhas, isso é uma coisa que obviamente acontece, mas ninguém fala porque é tido como um pecado a mulher querer explorar o corpo (Ricardo, 24 anos).

Em geral, os entrevistados consideram que esse é o maior tabu abordado durante o episódio, a masturbação feminina na velhice, observando a cena como a libertação com seus familiares. A

geração de mulheres da qual Grace e Frankie fazem parte é uma geração que considerava, segundo Priore (2000), o corpo como um tabu, não se tirava as roupas nem mesmo para o ato sexual. Ao demonstrar e falar sobre o sexo e sobre a masturbação, as personagens demonstram suas personalidades femininas e se auto afirmam como idosas, e nem por isso com uma vida sexual menos ativa do que seus filhos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teve como objetivo geral analisar a recepção dos espectadores da série, descobrindo que a série foi consumida, em sua maior parte, em forma de maratona, obtendo um público na faixa dos 30 anos, que se identifica com o conteúdo e que assistiu, influenciado também por suas escolhas pessoais, como suas profissões, cursos e vivências.

É identificando múltiplos olhares sobre a representação feminina e sobre questões sexuais do corpo feminino que podemos avaliar a produção de conteúdos que tratam essas personagens de maneiras diferente do comum, do que historicamente foi criado e é imposto pela sociedade. De fato, todos envelheceremos, mas as novas gerações enfrentarão uma velhice diferente daquela que foi vivenciado por nossos avós. Com isso, buscam-se novas formas de ver o ser idoso dentro da sociedade, dando-lhe novas representações e novos papéis ocupacionais como é defendido por Debert (2004).

A série em questão, desconstrói alguns estereótipos que são associados às pessoas idosas, independente do sexo, mas principalmente às mulheres. A sexualidade representada na série quebra tabus que ainda não são tocados por canais abertos de televisão e, quando abordados, são tímidos e não se desenvolvem. Além disso, as percepções dos entrevistados levam a crer que a sexualidade é o ponto chave da narrativa. Ao trazer uma série norte-americana para o contexto nacional, percebemos inúmeras diferenças sociais, sem desconsiderar que na trama a velhice é vivida dentro de um núcleo de classe alta, totalmente diferente da maioria dos idosos em solo nacional.

Com os resultados alcançados fica evidente o quanto canais televisivos precisam inovar em busca de um público que está há procura de outras alternativas para consumo de séries, filmes e outros conteúdos, além da tradicional televisão. Com a série *Grace and Frankie*, subentende-se que a Netflix foi em busca de um público idoso, que pudesse identificar-se com a trama, o que ocorreu, mas o que vemos é que a série agradou jovens e idosos, fazendo com que uma discussão sobre grupos etários e o que está associado a eles surgisse.

REFERÊNCIAS

BELCHIOR, Carolina Guimarães; SANTANA, Carla da Silva. A velhice nas telas do cinema: um olhar sobre a mudança dos papéis ocupacionais dos idosos. **Revista Kairós Gerontologia**, PUC; São Paulo, 2013. 16(1), p. 93-116. ISSN 1516-2567 ISSN 2176-901X.

CAMPOS, Iury Figueiredo; MENEZES, Nicolas Paulino Pinto; RIOS, José Riverson Araújo; SANTOS, Claryce Oliveira dos. Netflix: e agora, como vemos TV? **Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXXVIII Congresso de Ciências da Comunicação** - Rio de Janeiro, 2015.

CANNITO, Newton. **A televisão na era digital: Interatividade, convergência e novos modelos de negócio**. Ed. 2. São Paulo: Summus, 2010.

CANCLINI, Nestor Garcia. O consumo serve para pensar. In: **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Ed. 6. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

CURI, Pedro Peixoto. **À margem da convergência: hábitos de consumo de fãs brasileiros de séries de TV estadunidenses**. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, 2015. p. 249.

DANTAS, Sílvia Góis; MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. "A vida escapa pelos dedos e pelos medos": A construção/ desconstrução discursiva de papéis sociais femininos na série televisiva *Os Experientes*. **Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXXVIII Congresso de Ciências da Comunicação** - Rio de Janeiro, 2015.

DEBERT, Guita Grin. **A reinvenção da velhice**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Fapesp, 2004.

ECO, Umberto. A inovação no seriado. In: **Sobre os espelhos e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989. p. 120 - 135. Disponível em 37 <http://www.academia.edu/4067797/A_Inovacao_No_Seriado_Umberto_Eco> Acesso em março de 2016.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Construção de amostras**. In: _____. Métodos de pesquisa para a internet. Sulina, 2011.

GRACE AND FRANKIE. Criação: Marta Kauffman, Howard J. Morris. EUA: Netflix, 2015-presente.

JACKS, Nilda. Recepção televisiva, (ainda) a mais estudada. In: JACKS, Nilda (Org). **Meios e audiências II: a consolidação dos estudos de recepção no Brasil**. Editora Sulina, Porto Alegre, 2014.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LIMA, Cecília Almeida; MOREIRA, Diego Gouveia; CALAZANS, Janaina Costa. Netflix e a manutenção de gêneros televisivos fora do fluxo. In: **Em Pauta nas pesquisas em comunicação**. V.9 - Nº 2 jul./dez. 2015 São Paulo - Brasil p. 237-256.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Uma metodologia de pesquisa das mediações na comunicação. In: _____. **Pesquisa em recepção: relatos da II jornada gaúcha**. Santa Maria: FACOS, UFSM, 2015.

LUSVARGHI, Luiza; DANTAS, Silva. A invisibilidade das mulheres idosas: a série Grace and Frankie na Netflix. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – São Paulo - SP – 05 a 09/09/2016.

MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações:** Cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ. 1997.

MENDES, Conrado Moreira. **A pesquisa on-line:** Potencialidades da pesquisa qualitativa no ambiente virtual. Revista digital Hipertextus. n. 2, jan. 2009. Disponível em <http://www.hipertextus.net/volume2/Conrado-Moreira-MENDES.pdf> Acesso em: 12 de nov. de 2016.

OLIVEIRA, Marta Olívia Rovedder de; REGO, Bruno Bordeaux; ALVES, Denise Avancini; MACHADO, Fernanda Nedwed; SLONGO, Luiz Antonio. **Uma comparação entre entrevistas face to face e entrevistas on-line via chat, aplicando-se a técnica laddering.** Gestao & Regionalidade, Vol. 25, Núm. 75, septiembre-diciembre, 2009, pp. 57-72 Universidade Municipal de São Caetano do Sul Brasil. Disponível em <https://www.researchgate.net/profile/Bordeaux_Rego_Bruno/publication/46179420_UMA_COMPARAO_ENTRE_ENTREVISTAS_FACE_TO_FACE_E_ENTREVISTAS_ONLINE_VIA_CHAT_APLICANDOSE_A_TCNICA_LADDERING/links/542e9e4a0cf29bbc126f37f6.pdf> Acesso em: 15 de nov. de 2016.

PRIORE, Mary Del. **Corpo a corpo:** Pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil. Editora: SENAC, São Paulo, 2000.

ROSSINI, Miriam de Souza; RENNEN, Aline Gabrielle. Nova cultura visual? Netflix e a mudança no processo de produção, distribuição e consumo do audiovisual. **Intercom – 38 Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Rio de Janeiro, RJ – 4 a 7/9/2015.

SALGADO, Carmen Delia Sánchez. **Mulher idosa:** a feminização da velhice. Estud. interdiscip. envelhec., Porto Alegre, v. 4, p. 7-19, 2002.

SILVA, Dafne Reis Pedroso da. **Hoje tem cinema:** a recepção de mostras itinerantes organizadas pelo Cineclube Lanterninha Aurélio. Dissertação (mestrado em Ciências da Comunicação), Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2009.

ZANETTI, Laysa. **Pesquisa aponta crescimento de personagens LGBTQ na televisão em 2016.** Adorocinema, out. 2016. Disponível em <http://www.adorocinema.com/noticias/series/noticia-125576/> Acesso em: 09 de nov. de 2016.