

## Um olhar bibliográfico sobre o fenômeno cultural *binge-watching*<sup>1</sup>

João Pedro de Siqueira BOAVENTURA<sup>2</sup>

Lara Lima SATLER<sup>3</sup>

Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

### RESUMO

*Binge-watching*, hábito de assistir inúmeros episódios de um determinado produto, era limitado ao acesso físico e digital de DVDs, mas tornou-se um hábito corriqueiro com a chegada do *streaming*, que envolve amplamente o público da plataforma Netflix. No presente estudo, questiona-se como o *binge-watching* ou o ato de maratona tornou-se um fenômeno cultural que mudou o padrão de consumo de seriados televisivos no vigente cenário audiovisual, por meio de uma pesquisa bibliográfica do conceito de cultura.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Binge-watching*; fenômeno; *streaming*; usuários; cultura.

### CORPO DO TEXTO

O *binge-watching* é um comportamento impulsionado, em grande parte, pela disponibilidade de conteúdos e plataformas, como, essencialmente, a Netflix, que o popularizou. À medida que as novas maneiras de organização social, os rituais, as práticas e as mediações entre agentes e estruturas transformaram o consumo, as maratonas se estabeleceram na cultura contemporânea, consolidando-se como resultados de um conjunto complexo de mediações articuladas. O que levou, então, o *binge-watching* a se tornar um fenômeno cultural? O que seria tal fenômeno? Quais são as suas características principais? O que envolve maratona?

Em primeiro lugar, é imprescindível entender o conceito de cultura, posto que sua definição e compreensão têm sido temas centrais na Antropologia e nas Ciências Sociais ao longo do tempo. As maratonas se tornaram uma parte integral da cultura do entretenimento contemporâneo e, independentemente dos debates em torno deste fenômeno, o *binge-watching* continua a moldar a relação entre a cultura e a narrativa,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho **Usos Sociais da Mídias, Imagens e Internet**, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 5 a 7 de junho de 2024.

<sup>2</sup> Graduado no Curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da Universidade Federal de Goiás (UFG), email: [jpsiqueirab@gmail.com](mailto:jpsiqueirab@gmail.com)

<sup>3</sup> Bolsista Produtividade - CNPq. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da Universidade Federal de Goiás (UFG), e-mail: [lara\\_lima\\_satler@ufg.br](mailto:lara_lima_satler@ufg.br)

refletindo a evolução constante da interação com a mídia. Assim, a cultura se desenvolve de maneira dinâmica, seguindo o consumo e sendo transmitida ao longo das gerações.

O conceito de cultura, em seus princípios, é explorado a partir de um dilema: como conciliar a unidade biológica da espécie humana com sua notável diversidade cultural. Tal questão tem sido debatida desde a Antiguidade, quando tentativas de explicar as distintas manifestações de comportamento humano se baseavam em variações nos ambientes físicos. No Determinismo Biológico, por exemplo, as diferenças culturais não são determinadas pelas variações genéticas hereditárias. Em vez disso, são explicadas pelas histórias culturais de cada grupo, que resultam da capacidade intrínseca da espécie humana para aprender e se adaptar, ou seja, de sua plasticidade cultural (Laraia, 1986).

Sob outra perspectiva, o Determinismo Geográfico sugere que a diversidade cultural não é influenciada pelas limitações impostas pelo aparato biológico ou pelo ambiente físico, mas sim pelo contexto cultural em que um indivíduo é socializado. O ser humano é, portanto, um produto do meio cultural no qual ele é inserido, o que molda suas crenças, valores e comportamentos.

[...] não é possível admitir a idéia do determinismo geográfico, ou seja, a admissão da “ação mecânica das forças naturais sobre uma humanidade puramente receptiva”. A grande qualidade da espécie humana foi a de romper com suas próprias limitações: um animal frágil, provido de insignificante força física, dominou toda a natureza e se transformou no mais temível dos predadores (Laraia, 1986, p. 24).

Entende-se que a compreensão da cultura é um equilíbrio delicado entre fatores biológicos e culturais. Embora a espécie compartilhe uma base biológica comum, os humanos são capazes de criar uma infinidade de culturas distintas devido à capacidade de aprender, adaptar e inovar. A tensão entre unidade biológica e diversidade cultural é, logo, fundamental para a compreensão da riqueza da experiência humana ao longo da história e em todo o mundo.

Por conseguinte, os antecedentes históricos de cultura encontram-se no surgimento dos termos *kultur* e *civilization* no final do século XVII. Edward Tylor, antropólogo britânico, desempenhou um papel crucial na síntese desses conceitos, que revelam uma interessante perspectiva sobre o desenvolvimento da espécie.

Etimologicamente, *kultur*, de origem germânica, é um termo que se refere aos aspectos espirituais de uma comunidade e que aborda as crenças, valores e práticas que unem um grupo de homens em torno de uma identidade compartilhada, transcendentalmente espiritual (Laraia, 1986).

Por outro lado, *civilization*, de origem francesa, enfoca as realizações materiais de uma sociedade e diz respeito aos avanços tecnológicos, às estruturas sociais e instituições que definem o progresso de uma cultura. Já o termo *culture*, de origem inglesa, compreende uma combinação de ambos, reunindo os elementos espirituais de *kultur* e as realizações materiais de *civilization*. Em seu trabalho seminal, *Primitive culture*, Tylor (1871) define cultura como “aquele todo complexo que inclui conhecimento, crença, arte, moral, direito, costumes e qualquer outra capacidade e hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade”. Ele unificou as noções de *kultur* e *civilization*, expandindo o conceito para abranger a totalidade da vida social, incluindo conhecimento, crenças, arte, moral, leis, costumes, capacidades e hábitos adquiridos pela humanidade. É uma expressão das possibilidades de realização humana, caracterizada por seu caráter de aprendizado, não inato.

A ideia de cultura, conforme sintetizado por Keesing (1974), pode ser compreendida a partir de duas abordagens essenciais. Em primeiro lugar, a cultura é considerada um sistema adaptativo, consistindo em padrões de comportamento socialmente transmitidos. Esses padrões culturais desempenham um papel crucial na adaptação das comunidades humanas, posto que abrangem uma ampla gama de elementos, que incluem tecnologias e modos de organização econômica, bem como padrões de estabelecimento, agrupamento social, organização política, crenças e práticas religiosas, entre outros. Em essência, a cultura é um sistema dinâmico e multifacetado que não apenas molda a maneira como as sociedades funcionam, mas também fornece ferramentas e diretrizes para que as comunidades humanas possam se adaptar, sobreviver e prosperar em ambientes diversos e em constante mudança. Portanto, a cultura desempenha um papel fundamental no desenvolvimento social ao longo do tempo.

A cultura é, assim, o comportamento aprendido socialmente que reflete a capacidade única da espécie humana, permitindo a adaptação a uma variedade de ambientes ecológicos. É um processo cumulativo, em transformação, que molda as

relações sociais, é uma força fundamental que distingue a experiência humana e impulsiona o progresso social e individual (Keesing, 1974).

Em sequência, abordagens idealistas, como a de Geertz (1989), oferecem uma visão intrigante da cultura, destacando-a como um sistema simbólico fundamental, que se difere das noções tradicionais e influencia a complexidade da experiência humana. Clifford Geertz acreditava que a cultura era a chave para definir o ser humano e rejeitou a ideia de uma forma ideal de homem. Em vez disso, concentrou-se em resolver o paradoxo da diversidade cultural em meio à unidade da espécie humana. O autor argumenta que a cultura não poderia ser reduzida a um mero conjunto de comportamentos concretos, mas sim relacionada a um sistema de mecanismos de controle, planos, receitas, regras e instruções que governam o comportamento humano.

Um dos elementos mais marcantes da abordagem de Geertz (1989) é sua ênfase nos sistemas simbólicos. Para o antropólogo a cultura é composta por símbolos e significados compartilhados publicamente. Sua perspectiva desafiou interpretações anteriores que se concentravam apenas em comportamentos observáveis. Ao destacar a importância dos códigos, ele demonstrou como os significados subjacentes às práticas culturais são fundamentais para compreender a complexidade da sociedade.

A cultura é uma produção humana que é temporal, ou seja, é desenvolvida ao longo do tempo, sempre em transformação. Ela é um mapa, um receituário, um código através do qual as pessoas de um dado grupo pensam, classificam, estudam e modificam o mundo e a si mesmos. Está intrinsecamente ligada às necessidades humanas e às práticas culturais ou simbólicas desenvolvidas. Além disso, a cultura desempenha um papel fundamental na construção da identidade, tanto individual quanto coletiva. Ela é composta por normas, valores e saberes compartilhados por um grupo de pessoas e é um conceito antropológico que se concentra no estudo das relações humanas (DaMatta, 1986).

Deste modo, pensar em um fenômeno cultural contemporâneo, como o *binge-watching*, é observar os acontecimentos que se desenvolveram e estão presentes no dia a dia dos sujeitos. Os fenômenos são aqueles que contribuem para a formação da identidade dos indivíduos de um grupo, como movimentos culturais, de música, culinária e costumes. A cultura atual seria, assim, um reflexo dos indivíduos? Costumes e hábitos são comportamentos populares? Ou massivos?

Martín-Barbero (2004) debate a cultura a partir do termo ‘popular’, que se refere a atributos mais intrínsecos e profundos, sem romantizá-la. Enquanto isso, o conceito de ‘massa’, para o autor, está relacionado ao consumo cultural, sem, necessariamente, menosprezá-lo pelo fato de ser um produto comercial disponível no mercado. Há uma relação de diálogo entre o ‘popular’ e a ‘massa’, em que ambos coexistem e desempenham papéis significativos no cenário social, contribuindo de maneira única para a riqueza da experiência cultural. O massivo e o popular se hibridizam, como é ressaltado pelo autor:

A denominação do popular fica assim atribuída à cultura de massa, operando como um dispositivo de mistificação histórica, mas também propondo pela primeira vez a possibilidade de pensar em positivo o que se passa culturalmente com as massas. E isto constitui um desafio lançado aos "críticos" em duas direções: a necessidade de incluir no estudo do popular não só aquilo que culturalmente produzem as massas, mas também o que consomem, aquilo de que se alimentam; e a de pensar o popular na cultura não como algo limitado ao que se relaciona com seu passado - e um passado rural -, mas também e principalmente o popular ligado à modernidade, à mestiçagem e à complexidade do urbano (Martín-Barbero, 2004, p. 61-62).

Assim, o *binge-watching* foi convertido, aos poucos, em um fenômeno cultural popular e massivo que vai além do ato periódico de assistir televisão, configurando-se como um modo de olhar, assim como o público vê e se relaciona com o conteúdo audiovisual? Os consumidores se apropriam do hábito e vivenciam-no no seu cotidiano. Para isso, a tecnologia permite que o *binge-watching* extrapole o universo do *streaming*, abra espaço para as maratonas e transforme o consumo de entretenimento. Novos comportamentos surgem, influenciando os tópicos de discussão e se tornando parte da cultura e dos gostos de uma comunidade. Diante disso, a cultura e a comunicação se entrelaçam em um espaço fluido e tecnológico que transforma o consumo cultural e audiovisual, ascendendo às maratonas.

## REFERÊNCIAS

DAMATTA, Roberto. **Exploração**: um ensaio de sociologia interpretativa. Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

GEERTZ, Clifford. O impacto do conceito de cultura sobre o conceito de homem. GEERTZ, Clifford. *In: A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 1989. p. 25-39.

KEESING, Roger M. Theories of culture. **Annual Review of Anthropology**, [s. l.], v. 3, p. 73-97, 1974. DOI 10.1146/annurev.an.03.100174.000445. Disponível em: <https://www.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.an.03.100174.000445>. Acesso em: 10 dez. 2023.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1986.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de cartógrafo**: travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Edições Loyola, 2004.