

## ENTRE A NARRATIVA E A TRANSMIDIALIDADE: EXPERIÊNCIAS DE FUTURO PROPOSTAS POR *WESTWORLD*

Emmanuelle DIAS, UFMG<sup>1</sup>

Felipe BORGES, UFMG<sup>2</sup>

**Resumo:** Neste artigo, propomos uma análise sobre a experiência de futuro imaginada por *Westworld* (HBO). Para tanto, debruçamos sobre as três temporadas da série a fim de desenvolver um estudo que considere, em conjunto, sua narrativa e sua proposta de consumo transmidiática. Uma vez que a experiência oferecida por *Westworld* convida o telespectador a se engajar em estratégias que transcendem a duração de cada episódio, nos perguntamos de que modo é possível pensar tais práticas em conjunto com o cenário de futuro apresentado na diegese da série. Pretendemos, assim, compreender como essa complexa narrativa transmidiática enseja modos de interpretar o presente e as atuais projeções dos tempos vindouros.

**Palavras-chave:** Westworld; Transmídia; Futuro.

**Abstract:** In this paper, we propose an analysis of the experience of the future imagined by *Westworld* (HBO). To do so, we look at the three seasons of the series in order to develop a study that considers, together, its narrative and its proposal for transmedia consumption. Since the experience offered by *Westworld* invites the viewer to engage in strategies that transcend the duration of each episode, we ask ourselves how it is possible to think of such practices in conjunction with the scenario of the future presented in the series' diegesis. We intend, therefore, to understand how this complex transmedia narrative gives rise to ways of interpreting the present and the current projections of the coming times.

**Keywords:** Westworld; Transmedia; Future.

## INTRODUÇÃO

Lançada em 2016, *Westworld* é uma série produzida pela HBO e criada por Lisa Joy e Jonathan Nolan. Atualmente, possui três temporadas (uma quarta está prevista para 2022). A produção, uma das mais caras da história da TV, apresenta um futuro sombrio e altamente tecnológico, ambientado no parque que batiza o programa. Nesse mega-empreendimento, jogadores vivenciam o que seria o faroeste estadunidense por meio de uma realidade construída e controlada, que emula perfeitamente o cenário

---

<sup>1</sup> Doutoranda em Comunicação Social pela UFMG e mestre pela mesma instituição. Bolsista FAPEMIG e pesquisadora associada ao Núcleo de Conexões Intermediáticas — NucCon (UFMG) e ao grupo de pesquisa *Mediação*. E-mail: [emmanuelle.c.dias@gmail.com](mailto:emmanuelle.c.dias@gmail.com)

<sup>2</sup> Doutorando em Comunicação Social pela UFMG e mestre pela mesma instituição. Bolsista CAPES e integrante do Núcleo de Estudos Tramas Comunicacionais: Narrativa e Experiência (UFMG). Email: [felipelsborges@gmail.com](mailto:felipelsborges@gmail.com)

western, porém habitado por robôs que se vestem e agem como as pessoas desse período histórico. Ao imaginar tal cenário, *Westworld* explora a conflituosa relação entre humanos e tecnologia ao apresentar um universo no qual andróides são programados para realizar fantasias humanas as mais variadas — a graça do jogo envolve, para muitos, a possibilidade de matar, estuprar e torturar os “anfitriões”, como são chamados os andróides hiper-realistas. Ao mesmo tempo, a série destaca a conjuntura em que mega-sistemas tecnológicos são criados para armazenar dados e estabelecer cenários sociais preditivos que regem a vida humana.

*Westworld* tem se destacado por adotar recursos de gamificação que se desdobram em mudanças na composição narrativa da série e na formulação de estratégias de circulação audiovisual, incentivando diferentes maneiras de imersão no universo seriado e de engajamento do público. Partindo de linhas narrativas temporais sobrepostas, a série tem se constituído como uma espécie de “labirinto narrativo” (SOUZA; ALVES, 2019), no qual telespectadores são convidados a mapear acontecimentos da diegese do programa para uma compreensão mais satisfatória, o que inclui investir na exploração de pistas (muitas de teor futurista) contidas em conteúdos paratextuais multiplataforma. Por exemplo: sites de parques temáticos fictícios derivados da narrativa, *chatbots*, códigos computacionais em vídeos, aplicativos, mapas interativos, entre outros recursos que extrapolam a diegese da série e envolvem diversas plataformas e práticas do cotidiano dos telespectadores.

Tal riqueza de processos interativos e narrativos levou à caracterização de *Westworld* como “narrativa complexa” por diversos pesquisadores (HIGUERAS, 2017; ANAZ, 2018; MARTINS, 2019). Segundo Martins (2019), analisar a complexidade da trama, cruzar dados, buscar discussões e investigar fragmentos é exatamente o eixo central da série e seu *modus operandi*, que configura e ordena o consumo de seus episódios. O foco não é apenas na exibição “ao vivo” do programa (acompanhado de experiências de segunda tela — com *tweets*, por exemplo), mas também uma experiência *off broadcast*, com análise dos conteúdos publicados na página da série no portal da HBO, estudo de frames, reassistibilidade dos episódios (neologismo para o termo *rewatchability* usado por Mittell, 2015), comentários nas contas oficiais da série em redes sociais online (no Twitter, Facebook e Instagram) e especulações entre as semanas de exibição dos episódios e até mesmo entre as temporadas, compartilhadas em

fóruns (como o Reddit). Isso ocorre não apenas em virtude dos desdobramentos da narrativa, mas também em vista das transformações dos paratextos da série, que vão se modificando junto aos acontecimentos da trama.

Diante de tal cenário, partimos da seguinte premissa: se a experiência oferecida por *Westworld* convida o telespectador a se engajar em estratégias que transcendem a duração de cada episódio, de que modo podemos pensar tais práticas em conjunto com o futuro apresentado na diegese da série? A seguir, abordamos suas três temporadas lançadas a fim de desenvolver um estudo que considere, em conjunto, sua narrativa e a expansão transmídia. Com isso, pretendemos compreender como essa complexa narrativa transmidiática enseja modos de interpretar o presente e as atuais projeções de futuro a partir de suas propostas de consumo e desenho narrativo.

### **PRIMEIRA TEMPORADA: *THE MAZE* (2016)**

Na primeira temporada de *Westworld*, somos apresentados aos personagens principais (Dolores, Maeve, Ford, Bernard e William) e ao lento e complexo processo de “despertar” dos anfitriões no que diz respeito à sua natureza maquina e aos abusos que sofrem no parque. A memória é fundamental nesse sentido: os androides são trabalhadores alienados à sua própria condição porque suas lembranças são apagadas a cada novo *looping* — quer dizer, sempre que morrem nas narrativas ou sempre que estas são reinicializadas na dinâmica do parque. É por meio de fragmentos de memórias que androides como Dolores vão descobrindo, aos poucos, a verdade sobre si mesmos e aqueles ao seu redor.

Isso implica no próprio modo de contar a história na primeira temporada, fortemente marcado pela ideia de repetição: as tramas começam no interior do parque, por meio de eternos *loopings* dos anfitriões (que dizem as mesmas frases e fazem as mesmas coisas), seguidamente mortos e reativados. As variações na rotina do parque ficam por conta dos visitantes humanos, que entram em *Westworld*<sup>3</sup> para jogar o jogo como bem entendem: caçando tesouros, transando com prostitutas, duelando com bandidos, estuprando mulheres e matando quem atravessa seu caminho.

---

<sup>3</sup> Não usaremos itálico quando estivermos nos referindo ao parque diegético que batiza a série.

A maioria dos episódios da primeira temporada se inicia, justamente, com um anfitrião que acorda de manhã (principalmente Dolores). Enquanto telespectadores, somos convidados a acompanhar seu ponto de vista, com a diferença de que (geralmente) sabemos o que ela/ele viveu no *looping* anterior. Ao mesmo tempo, através dos constantes processos de repetição de situações na primeira temporada, somos introduzidos à dinâmica do parque: por meio de tal estratégia pedagógica de roteiro, entendemos como aquele universo peculiar funciona, aos moldes de um jogo. Isto é, o processo de se isolar do mundo “real”, se engajar em dinâmicas particulares e fantasiosas, enfrentar missões, sofrer reveses, conquistar troféus e “voltar à realidade”. Westworld nada mais é, a princípio, do que um jogo hiper realista, com constantes *reboots* causados pelo *game over* que sacrifica os anfitriões, logo (re)configurados e postos em cena novamente. Se há algo de didático nessa dinâmica, há também de ilusório: por meio dos constantes *loopings*, a narrativa nos engana ao misturar linhas temporais distintas, apresentadas como se constituíssem uma cronologia linear e sincrônica. Aí está um dos motivos para o título dado à primeira temporada, *The maze* (“O labirinto”, em português), para além do fato de que há um suposto labirinto a ser procurado no interior do parque.

Mas o que há de atraente nesse jogo? Podemos responder a isso observando o conjunto textual da série. Como estratégia comunicacional, foram lançadas (nos meses que antecederam a estreia da série) peças publicitárias falsas, compostas por paisagens características do velho-oeste, as quais divulgavam um suposto parque temático intitulado *Westworld*; tais peças circularam em redes sociais online, capas de revistas e jornais (como *The New York Times*). Nelas, as imagens eram acompanhadas das seguintes frases: “*Be yourself, we won’t tell*” (“seja você mesmo, não contaremos para ninguém”) e “*Live without limits*” (“viva sem limites”). Ao lado, apresentava-se o endereço do *website Discover Westworld*<sup>4</sup> para a busca de demais informações e a oferta de descontos com o código “*white hat/black hat*” (“chapéu branco/chapéu preto”).

Assim como na estratégia de divulgação, na diegese da série também se afirma como o parque pode revelar quem você realmente é: trata-se de uma forma de atrair visitantes. Em *Westworld*, é possível abandonar amarras civilizacionais e viver segundo

---

<sup>4</sup> Disponível em: <[www.discoverwestworld.com](http://www.discoverwestworld.com)>. Acesso em 02 dez. 2021.

os próprios impulsos: uma liberdade sem consequências, pois tudo ali é permitido, e ninguém (supostamente) fica sabendo. Interessante notar a sedução que um chamado publicitário do tipo tem para nós, telespectadores: se há, por um lado, um forte apelo na atualidade para a autopromoção de si, para o exibicionismo da vida íntima — em redes sociais online, em *reality shows* —, por outro parece crescer a demanda pelo apagamento, pela construção de metaversos<sup>5</sup> e avatares virtuais de humanos (os quais podem ocultar a identidade do usuário).<sup>6</sup> Se a época atual (e o futuro que se desenha promete acentuar isso) favorece a ampla exposição da intimidade, observa-se também uma crescente necessidade contrária de preservar algo de si contra a hipervigilância, contra a exposição do nosso ser mais íntimo; afinal, queremos que todos realmente saibam de nossos pensamentos, desejos e anseios? É curioso que a promessa de *Westworld* seja justamente essa: aqui, você pode se esconder e fazer o que quiser; aqui, você pode ser você mesmo.

Tal discussão foi explorada também, de modo transmidiático, para a promoção da série por meio do site *Discover Westworld*. Ao acessar o portal, o usuário era convidado a se cadastrar e responder perguntas sobre sua personalidade. Ao término do questionário, era indicado o uso de chapéu preto ou branco para que o visitante o usasse durante sua (fantasiosa) estadia na atração. Na diegese de *Westworld*, visitantes com chapéu branco desempenham papéis de heroínas/heróis, enquanto aquelas/aqueles que usam o chapéu preto assumem o comportamento de vilãs/vilões. Logo, o teste de personalidade proposto no portal *Discover Westworld* se configurava como um convite à reflexão sobre os possíveis comportamentos dos telespectadores/visitantes ao entrarem em contato com o universo ficcional. Para tornar tal experiência mais imersiva e “real”, o portal ainda permitia a compra de ingressos e a reserva de datas para visita ao suposto parque.

Contudo, a partir da estreia da série, tornou-se evidente que o *website* se estabeleceria não apenas como uma peça de promoção, mas também como importante fonte de informações extras-diegéticas, um compilado de *rabbit holes* (tocas de coelho)

---

<sup>5</sup> Terminologia utilizada para indicar mundo virtual em 3D que tenta replicar a realidade através de plataformas digitais. Nele, pessoas poderão interagir e realizar atividades como trabalhar, jogar, fazer compras e se divertir, sendo a aposta mais recente de gigantes da tecnologia como o Facebook. Disponível em:<<https://about.facebook.com/meta/>>. Acesso em 02 dez. 2021.

<sup>6</sup> Músicos como Offset, DJ Khaled e Quincy Jones, jogadores Rams e Jared Goff e a apresentadora de TV Sabrina Sato são exemplos de celebridades que aderiram a avatares virtuais que possuem comportamentos e preferências próprias (GARDNER, 2019).

— em alusão a *As aventuras de Alice no País das Maravilhas*, de Lewis Carroll — no qual o público poderia encontrar conteúdos que ampliavam parâmetros de interpretação ao que era narrado pela série e proposto como experiência de consumo. A cada dia poderiam ser encontrados conteúdos extras, informações da empresa *Delos* (proprietária fictícia do parque), códigos, mapas interativos (que permitiam a visita virtual a locais da atração), entre outros dados que antecipavam informações referentes aos acontecimentos diegéticos e convidavam o telespectador a aprofundar-se no universo futurista de *Westworld*. Aliada a essa experiência, estava ainda o *chatbot* Aeden, que respondia a perguntas sobre a série quando sincronizado à plataforma *Messenger* do Facebook, e ainda fornecia pistas aos telespectadores para explorarem o *website* — algo similar ao que ocorre quando nos interessamos por um produto/serviço na internet e nos deparamos com atendentes virtuais em *chats*.

Em conjunto, tais elementos configuravam um complexo “jogo de realidade alternativa” — em inglês, *Alternate Reality Game* (ARG) — em *Westworld*. Eles destacavam, por meio de sua proposta de consumo, como as relações sociais hipertecnológicas (inclusive aquelas distópicas) estão mais presentes em nosso cotidiano do que imaginamos, não se limitando ao universo narrativo desenhado pela série.

## **SEGUNDA TEMPORADA: *THE DOOR* (2018)**

Em fevereiro de 2018, o *Discover Westworld* foi amplamente modificado: a zona de reserva para supostas visitas parou de funcionar. Ao final da exibição do último episódio da primeira temporada, o portal já se apresentava desconfigurado, em consonância com o enredo da trama, na qual os androides haviam iniciado uma revolução no parque. O *chatbot* Aeden parou de responder a perguntas e passou a dizer frases combativas (tais como "não existimos mais para atendê-lo") aos visitantes do *website*, emulando uma articulação com a revolta iniciada pelos robôs em *Westworld*.

Partindo desse cenário de descontrole do parque, o *trailer* da segunda temporada foi exibido durante o campeonato *Super Bowl*, apresentando um código binário oculto que, traduzido, levava a um novo portal no site da HBO: *Delos Destination*. Nele, revelava-se um total de seis parques (contando com aquele já apresentado na primeira temporada da série) e um link para o *website Delos Inc.*, que

continha a foto do fundador da empresa James Delos (personagem ainda não introduzido na trama).

Um mês antes da estreia, foi adotada uma estratégia interativa com os telespectadores: as atrizes e os atores da série (como Thandiwe Newton, Evan Rachel Wood e Ben Barnes) passaram a divulgar pistas sobre o enredo. Em suas contas pessoais no Twitter, publicaram expressões como "caos", "ninguém está sob controle" e "livre arbítrio não é livre", seguidas da frase: "Aeden sabe" e o link de acesso ao referido *chatbot* (ELENCO..., 2018). Caso essas palavras fossem enviadas ao atendente virtual, era obtido como resposta um link para o cartaz da série que, por sua vez, incluía outro link para um vídeo secreto da atração.

O complexo engendramento de pistas e estratégias comunicacionais que se iniciaram com a segunda temporada sinalizavam o aprofundamento nas relações de jogos de realidade alternativa (ARGs) propostas pelas dinâmicas de consumo da série. Para Higuera (2017), esses sites deixaram de se estabelecer como micronarrativas em associação direta com capítulos para se configurarem como uma malha de universos que se retroalimentam, construindo uma história complexa e de elevada sinergia promocional. Dessa forma, segundo o autor, mais do que converter a narrativa em um jogo, o proposta de consumo de *Westworld* passou a se estabelecer como uma atividade arqueológica, na qual os telespectadores engajados nos conteúdos transmidiáticos também são participantes e, de certo modo, "protagonistas" das histórias por auxiliarem a desvelar os mistérios dos paratextos futuristas e a organizar linhas narrativas. Nesse sentido, a referida temporada foi permeada por diversos paratextos extra-diegéticos (mini-sites ocultos, jogos de realidade virtual, clipes, imagens extras de outros parques), pelo incentivo à decodificação de pistas através da inteligência coletiva (JENKINS, 2009) e pela constante discussão dos telespectadores (em fóruns como o Reddit<sup>7</sup> e em aplicativos de recepção como o TV Time) para uma compreensão satisfatória da trama.

A prática de uma arqueologia telespectatorial sustenta uma visão de futuro que, na experiência com os episódios da série, é sintetizada desde o primeiro episódio da segunda temporada segundo uma ideia de fragmentação — em oposição ao modelo do

---

<sup>7</sup> A plataforma foi utilizada até mesmo pela autora da série, Lisa Joy, para conversar com telespectadores sobre teorias de fãs em relação ao enredo e, assim, incentivar a dinâmica de "atividade arqueológica" despertada pela proposta de consumo de *Westworld*. Disponível em: <<https://twitter.com/reddit/status/996075687080476672>>. Acesso em 20 de dez. 2021.

*looping* da primeira temporada. Nesta, os *loopings* confundiam os telespectadores por omitirem o desenrolar simultâneo de diferentes linhas temporais; agora, o atordoamento da trama se dá em consonância com o processo de caos instaurado ao fim da temporada passada, quando se inicia a rebelião dos anfitriões. Dita fragmentação diz respeito ao fim do controle da *Delos* sobre *Westworld*, ao corrompimento da maioria das histórias programadas do parque, ao espriamento de personagens perdidos por *Westworld* (e por *Shogun World*, o mundo samurai revelado antecipadamente via portal *Delos Destination*) e à dificuldade de se colocar em ordem um ambiente que era, a princípio, justamente sobre “controle”.

Tal fragmentação encontra em Bernard (um dos protagonistas) talvez o motriz da temporada: após descobrir que é um androide e ser ferido, Bernard sofre, repetidamente, apagões na memória. “Estamos no presente?”, pergunta ele em vários episódios. Como telespectadores, também estamos perdidos, uma vez que, em diversos momentos, acompanhamos a história a partir de seu ponto de vista; experimentamos, assim, uma sensação constante de dúvida, estranhamento e incapacidade de organizar uma sequência coerente de eventos e de informações indicadas nas estratégias de conteúdo transmidiático. A memória segue, nesse sentido, dimensão fundamental para compreendermos o futuro na série: assim como foi essencial para que os anfitriões acordassem, é necessária para que Bernard consiga organizar uma linha temporal.

A noção de uma pane que atinge o parque (que está um caos), a nossa experiência telespectatorial (confusa e atordoante) e as estratégias transmidiáticas (hiperfragmentadas) fortalece um tema que, com o avançar da temporada, irá se tornar cada vez mais fundamental: a datificação. Com a morte do dono do parque, Ford, ao final da primeira temporada e a destruição dos centros de comando de *Westworld*, o controle sobre os dados armazenados no parque (que registravam o comportamento dos usuários de forma ilegal com a finalidade de venda de informações) se perde. Diferentes personagens encontram-se em busca da Fornalha — um laboratório onde estão localizados os dados coletados de todos os visitantes de *Westworld* — ou do Berço — local em que estão guardadas as cópias completas da programação e da memória dos anfitriões. O parque é um experimento social, e como tal, apresenta-se como um microecossistema representativo do que ocorreria no futuro caso o controle sobre os dados se perdesse: uma catástrofe, para aqueles que lucram com esse mercado; uma possibilidade



revolucionária para os demais. A perda dos dados, mesmo que momentânea, é motivo para que o caos se instaure: não há bússolas, guias para conduzir a ação no mundo digitalizado e plataformizado. A busca pela saída do parque — daí o título da temporada, *The door* (“A porta”) — levará esse caos ao mundo humano na terceira temporada, escancarando os processos de plataformização.

### **TERCEIRA TEMPORADA: *THE NEW WORLD* (2020)**

Para o lançamento da terceira temporada de *Westworld*, foi disponibilizado aos telespectadores o aplicativo *IKnowYou.App* (*ConheçoVocê.App*) no fantasioso *website* da *Incite* (empresa de coleta e análise de dados em *Westworld*), hospedado no portal da HBO. O aplicativo permitia que pessoas, a partir do seu nome de usuário do Instagram, descobrissem quais dados de domínio público, compilados pela plataforma de fotos e vídeos, poderiam ser coletados facilmente em seus respectivos perfis.

Segundo Marianne Lee, diretora de marketing da Warner na Ásia (grupo empresarial detentor da série), a iniciativa pretendia cativar telespectadores de *Westworld*, “lembrando sutilmente a quantidade de informações que eles podem deixar na internet e a importância da privacidade dos dados” (MARIOTTI, 2020). O algoritmo do *IKnowYou.App* usava dados publicamente acessíveis do Instagram (como localização, legendas e seguidores) para “traçar caminhos de escolhas” e mostrar aos usuários com precisão que a *Incite* conhece-os e consegue, assim, fornecer conselhos efetivos para suas vidas. Ao exibir resultados da análise de dados, o aplicativo apresentava um vídeo promocional da *Incite*, com mensagens sobre a vida pessoal do usuário (lugares visitados, preferências de consumo e comportamento) para sugerir um destino para uma próxima viagem: um dos seis parques pertencentes ao universo de *Westworld*. Tratava-se de uma evidente associação do contexto de plataformização da série à conjuntura atual de vigilância de dados — vivenciada por nós, telespectadores.

Na diegese, o avanço das técnicas e tecnologias de dados resultou em um cenário no qual análises preditivas são aplicadas aos humanos, e não apenas aos androides programados dos parques. O protagonista da temporada é Caleb, um homem que vive de trabalhos precarizados para sobreviver enquanto tenta lidar com traumas do passado. A vida em *looping* de Caleb é trespassada pela rota determinada de Dolores,

liberta de sua programação. Agora, já não a vemos acordar repetidas vezes para reviver as mesmas situações no parque como na primeira temporada. Caleb, por sua vez, se vê realizando as mesmas atividades diariamente em um contexto hipertecnológico, no qual seus passos são registrados e previstos por algoritmos em diferentes ferramentas de inteligência artificial — como aplicativos de celular, sites de trabalho, sistemas hospitalares, entre outros.

Todos esses dados são computados e organizados por *Rehoboam*, um mega sistema de inteligência artificial, materializado em enorme estrutura esférica, capaz de processar dados de forma rápida e promover cruzamentos precisos e complexos de informação para realizar projeções sobre o futuro. Em um primeiro momento, *Rehoboam* foi usado para fazer previsões no mercado de ações; posteriormente, passou a ser utilizado para projetar cenários mais amplos — como o próprio futuro da humanidade.

Na terceira temporada, há, portanto, um grande destaque sobre o tema da plataformização — isto é, a lógica das plataformas que se espraia para toda a vida social (POELL; NIEBORG; VAN DIJCK, 2020). No futuro de *Westworld*, a plataformização encontra-se em estado avançado. Como Caleb explica, a sociedade agora é dominada pelos algoritmos e a conquista de objetivos (como um emprego melhor) passa por um sistema de ranqueamento. Dessa forma, as pessoas não apenas são vigiadas pelas tecnologias de informação, mas têm seu futuro controlado por inteligências maquinicas como a *Rehoboam*, que realizam projeções sobre o que irá acontecer com cada indivíduo e, assim, passam a determinar seus próximos passos, descartando certas possibilidades para sua vida — como um emprego melhor, um casamento ou a maternidade/paternidade. Aí está a fonte do *looping* dos humanos: o uso de dados pessoais pelas grandes corporações, algo que já faz parte do nosso cotidiano e que cerceia nossa liberdade de escolha de modo velado e sorrateiro. O aplicativo *IKnowYou.App* apenas escancara um fato: a facilidade com que se tem acesso às informações que disponibilizamos nas redes, que passa a circular em meios que nem imaginamos, com fins os mais diversos.

Além da rivalidade com seus pares (outros trabalhadores em busca de emprego), uma figura como Caleb se vê em disputa contra si mesmo: a plataformização coloca o indivíduo como seu próprio inimigo.

A atual economicização neoliberal da vida política e social se distingue por uma produção discursiva que converte toda pessoa em capital humano — de si mesma, das empresas, e de uma constelação econômica nacional ou pós-nacional, como a União Europeia. Consumo, educação, capacitação e escolha de parceiros são configurados como práticas de investimento em si mesmo, sendo o “si mesmo” uma empresa individual; e tanto o trabalho quanto a cidadania aparecem como modos de pertencimento à (equipe da) empresa na qual se trabalha ou à nação da qual se é membro. (BROWN, 2018, p. 6).

Nesse sentido, o mundo revelado pela terceira temporada pode ser visto como uma distopia neoliberal. Caleb é sistematicamente incentivado pelo contexto plataformizado a cumprir metas políticas, sociais e econômicas para manter-se inserido na sociedade, ao mesmo tempo em que se pune com mais trabalho quando não consegue alcançá-las, procurando outras fontes de renda, inclusive criminais — as quais também são mediadas por plataformas.

No caso, Caleb escolhe serviços através do aplicativo RICO, no qual podem ser solicitadas atividades ilícitas como roubos, sequestros e assassinatos; em outras palavras, RICO é resultado da *uberização* do crime. A expressão é utilizada por Abílio (2017) para se referir ao cenário de precarização contemporânea do trabalho, em que empresas se tornam responsáveis por prover a infraestrutura para que “parceiros” executem suas demandas. Nesse modelo, emprega-se o trabalho de “colaboradores *just-in-time*” de acordo com a necessidade da organização, com um sistema de remuneração precária. No caso do aplicativo RICO, a demanda surge (como o exemplo de Caleb evidencia) devido à inviabilidade de se viver dignamente em uma sociedade desigual, sem oportunidades e constantemente controlada por inteligências artificiais e pelas grandes corporações que as detém.

A partir de tais considerações, podemos inferir que, se na primeira temporada de *Westworld* o contexto dos parques é apresentado como experimento na diegese e na proposta de consumo transmidiática, na terceira é sugerido o mundo como um parque, no qual diferentes experimentos são realizados tanto em humanos quanto em máquinas a fim de se baterem metas, se atingirem melhores performances, se satisfazerem desejos e fantasias. A sociedade torna-se, nesse sentido, quase um brinquedo nas mãos de figuras poderosas como Engerraund Serac (um dos criadores de *Rehoboam*), que determina os rumos do planeta e das vidas humanas conforme a sua vontade e as previsões da

máquina — enquanto as pessoas seguem acreditando em livre-arbítrio, liberdade, mérito. É esse o tal “Novo Mundo” que batiza a terceira temporada, *The New World*.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, lançamos um olhar para a textualidade transmidiática de *Westworld*, considerando suas três temporadas. Por meio da análise das estratégias narrativas e transmidiáticas da produção, buscamos discutir como o complexo jogonarrativo da série incentiva a prática da arqueologia telespectatorial, provocando reflexões acerca dos acontecimentos da trama e também sobre o próprio contexto contemporâneo.

Diante de tais circunstâncias, consideramos que *Westworld* se caracteriza como narrativa transmidiática por se pautar na convergência de mídias, na cultura participativa e na inteligência coletiva (JENKINS, 2009) para a construção de seu universo ficcional. O contexto comunicacional convergente (com diferentes espaços de contato com o universo ficcional) possibilita que telespectadores participem, em ação coletiva, da construção de sentidos da narrativa, promovendo ressignificações para a trama e a criação de novas camadas imersivas. Assim, a singularidade de *Westworld* está em adotar dinâmicas transmidiáticas com elevado grau de integração e conexão entre intertextualidades, conteúdos multiplataformas e formas diversificadas de interação com o público, podendo sinalizar diferentes processos criativos de um complexo arranjo transmidiático no cenário audiovisual.

Nesse processo, a reunião das estratégias narrativas e comunicacionais na série parece corroborar um diferente posicionamento de marca seriada. Ao portal *Variety*, o chefe de programação da HBO, Casey Bloys destaca a necessidade de atenção a cada detalhe de *Westworld* quando exibida na TV, não se tratando de um jogo com cronogramas, no qual haveria previsões sobre quando ocorreriam as articulações entre pistas transmidiáticas e a diegese da série (VARY, 2020). Vale enfatizar, conforme Munglioli, Lusvarghi e Penner (2019), que dinâmicas transmidiáticas convergem processos que envolvem não apenas a criação de um complexo mundo narrativo (*storyworld*) e suas formas de integração, mas também matizam estratégias de negócios, que buscam fazer com que o telespectador volte ao canal de televisão. Sugerimos que se

trata também de uma espécie de retorno à própria textualidade<sup>8</sup> seriada futurística e ao seu consumo multiplataforma, e não somente uma volta à ambiência do canal da TV. Como aponta Steven Cardwell, vice-presidente de marketing da HBO, a exibição de uma série na programação é finita (entre 30 e 60 minutos) e, segundo ele, a estratégia é “ser capaz de explorar outros caminhos que talvez não tivéssemos tido tempo de alcançar em um episódio” (HULTGREN, 2020).<sup>9</sup>

Destacamos o modo como *Westworld* articulou temas como a ambição contemporânea por mundos e avatares virtuais para satisfação de desejos (longe dos julgamentos sociais), a construção de rotinas que se assemelham a *loopings* desempenhados por máquinas e a centralidade conferida aos sistemas de plataformas. O enredamento desses assuntos foi operado por meio de experiências de futuro narrativas multiplataformas que abrangeram recursos de roteiro e diversos paratextos futuristas como *websites* fantasiosos, códigos computacionais, *chatbots* e aplicativos, que extrapolaram o universo da série para o entorno da realidade dos telespectadores, em um jogo de similaridades e divergências com aquilo que é vivenciado pela audiência no cotidiano.

Nesse sentido, percebemos como a memória e os dados são elementos fundamentais no que tange às especulações imaginativas acerca do futuro. Tanto em sua diegese quanto nas estratégias transmidiáticas, *Westworld* explora questões ligadas a uma sociedade cada vez mais plataformizada, na qual o acúmulo de dados e a construção da memória, mais do que dizerem do passado, enformam perspectivas de futuro — sejam elas mais limitadas, sejam elas mais emancipatórias. A textualidade da série, assim, revela uma visão de futuro que não é nem tecnofóbica e nem tecnofílica, investindo na noção de que o amanhã sombrio que hoje se desenha deverá ser superado por meio de uma reconfiguração do uso das tecnologias avançadas.

---

<sup>8</sup> Compreendemos o termo “textualidade” enquanto situações comunicativas processuais específicas e mobilizadoras de significados que “[...] desestabilizam as relações temporais e de sentido que definiriam a princípio os limites e contornos dos textos” (LEAL, 2018, p. 23).

<sup>9</sup> Tradução nossa. Do original: “We are able to build on very complex and layered story worlds that our show writers create... and maybe go and explore other avenues that we might not have had time to get to in an episode”.

## REFERÊNCIAS

- ABÍLIO, L. Uberização do trabalho: subsunção real da viração. **Passa Palavra**. 19 fev. 2017. Disponível em <<http://passapalavra.info/2017/02/110685>>. Acesso em: 08 dez. 2021.
- ANAZ, S. A. L. Construindo séries de TV complexas: a concepção diegética de Westworld. **Revista Famecos**. Porto Alegre, v. 25, n.2, maio, junho, julho e agosto, 2018, p. 1-17.
- BROWN, Wendy. **Cidadania Sacrificial Neoliberalismo, capital humano e políticas de austeridade**. Rio de Janeiro: Zazie Edições, 2018
- ELENCO de Westworld divulga teasers misteriosos da 2ª temporada. **Não sei nada**. 26 mar. 2018. Disponível em: <<https://naoseinada.com.br/2018/03/26/elenco-de-westworld-divulga-teasers-misteriosos-da-2a-temporada/>>. Acesso em 20 dez. 2021.
- GARDNER, Chris. Now Celebrity Avatars Can Hire Their Own Agents. **THR**. 10 mai. 2019. Disponível em: <<https://www.hollywoodreporter.com/news/general-news/genies-launches-standalone-avatar-agency-represent-digital-versions-celebrities-influencers-1209392/>>. Acesso em: 17 dez. 2021.
- HIGUERAS, S. J. V. Estrategias transmedia en las series de televisión: la transformación de una tie-in-website en el inicio de un ARG (caso Discover Westworld). **Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación**, nº14., p. 119-140, 2017.
- HULTGREN, Kaylee. Marketers on Fire: HBO Program Marketing VP Steven Cardwell. **Chief Marketer**. 12 fev. 2021. Disponível em: <<https://www.chiefmarketer.com/marketers-on-fire-hbo-program-marketing-vp-steven-cardwell/>>. Acesso em: 20 dez. 2021.
- JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2009.
- LEAL, B. S. Do texto à textualidade na comunicação: contornos de uma linha de investigação. In: LEAL, B. S.; CARVALHO, C. A.; ALZAMORA, G. C. (Orgs.). **Textualidades midiáticas**. Belo Horizonte: PPGCom/UFMG, 2018, p. 17-34.
- MARIOTTI, Júlia. HBO cria app baseado em privacidade de dados para promover série Westworld. **Consumidor moderno**. 10 mar. 2020. Disponível em: <<https://www.consumidormoderno.com.br/2020/03/10/hbo-app-privacidade-dados-westworld/>>. Acesso em 20 dez. 2021.
- MARTINS, A. C. Westworld: complex TV, puzzle narratives, and paratexts. **Revista Aniki**. vol.6, n.º 1, p. 132-148, 2019.
- MITTELL, J. **Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling**. New York, NYU Press, 2015.

MUNGIOLI, M. C. P. ; LUSVARGHI, L. C. ; PENNER, T. A. . Expansões e propagações de conteúdos transmídia: um estudo das webséries do Gshow entre 2016 e 2019. **Communicare**, v. 19, p. 148-165, 2019.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**. Vol 22, nº1. janeiro/abril 2020.

SOUZA, M C.; ALVES, L. R. G. Bem-Vindo Ao Novo Mundo: Imergindo Na Narrativa Gamificada Da Série Televisiva Westworld. **Revista Latinoamericana De Ciencias De La Comunicación**, v. 18, p. 419-428, 2019.

VARY, Adam B. ‘Westworld’ Showrunners on the Series’ Bold New Direction for Season 3. **Variety**. 12 mar. 2020. Disponível em:  
<<https://variety.com/2020/tv/features/westworld-season-3-hbo-lisa-joy-jonathan-nolan-1203529268/>>. Acesso em 20 dez. 2021.