A Cultura dos *Spoilers* em *Podcast:* Estudo de Caso dos *Podcasts* Braincast, Canal 42 e Rapadura Cast.[1]

Ana Paula SILVEIRA[2]
Vivian ZONATTO[3]
Hilton CASTELO[4]
Universidade Positivo, Curitiba, PR

RESUMO

A escolha do tema ocorreu a partir da propagação do termo desde o século passado e devido a elevada utilização quando refere-se a entretenimento cultural, como por exemplo em séries de televisão, produções cinematográficas ou livros. O presente artigo visa esclarecer o que são os *spoilers* a partir da teoria da Cultura da Convergência de Henry Jenkins e as demais teses de outros autores. Ainda referente às teorias apresentadas no seguinte trabalho, propomos entender o que são *podcasts,* como os *spoilers* são abordados pelos principais canais e assim, avaliar as diversas opiniões sobre o assunto. Como metodologia principal escolhemos determinados programas que em algum momento foram considerados como um dos melhores do Brasil nos últimos anos. Estes *podcasts* abordam o tema *spoiler* em pelo menos um dos seus episódios, apontando as opiniões que os apresentadores têm em relação ao conteúdo. Como resultado conseguimos entender qual o posicionamento das pessoas quando trata-se deste assunto.

Palavras-chave: *Spoiler*; *Podcast*; Cultura da Convergência; Redes Sociais.

INTRODUÇÃO

O tema do artigo se deu pelo fato da cultura dos *spoilers* estar presente em múltiplos veículos de comunicação conforme nota-se, principalmente, nas redes sociais e *podcasts*. O

[1] Trabalho apresentado ao GP Estudos de Televisão e Televisualidades do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Estudante de Graduação do Curso de Publicidade e Propaganda da UP, email: anapaulasilveira1994@gmail.com
[3] Estudante de Graduação do Curso de Publicidade e Propaganda da UP, email: zonatto13@gmail.com
[4] Orientador do trabalho. Professor do curso de Publicidade e Propaganda da UP, email: hiltoncastelo@gmail.com

termo *spoiler* existe desde 1971 após a revista National Lampoon veicular um texto com tal título e, mais tarde, passou a ter mais força principalmente na web devido à alta propagação do meio, segundo matéria[5] publicada pelo site *Adoro Cinema*. O mesmo ocorre com os *podcasts*, que vive em seu auge devido ao elevado uso dos *smartphones*, conforme indica a matéria[6] do site Plugcitários.

É possível afirmar que o problema discutido no artigo se refere a como os *podcasts* avaliam os *spoilers*, pois conforme mostra a justificativa, há opiniões diferentes sobre o tema. Uma hipótese para esse problema diz respeito a empolgação das pessoas ao assistir, que comentam sobre o episódio.

Este trabalho tem como objetivo pesquisar e entender a definição do tema segundo a Cultura da Convergência de Henry Jenkins e pensamentos de autores como Rudimar Baldissera, Marcello Santos de Medeiros e Walter Benjamin. Apresenta o intuito de compreender o que são *podcast* e como os *spoilers* são abordados pelos apresentadores do Braincast, Canal 42 e Rapadura Cast, além de avaliar as opiniões referente à temática abordada.

A metodologia se deu por meio de pesquisa em que conseguimos identificar matérias, artigos e teorias que se adequam ao nosso tema. O mesmo ocorreu com a escolha dos *podcasts*, os quais pudemos identificar os canais que em algum momento falam a respeito do tema e que se situam de uma maneira bem posicionada em sites como *Meio & Mensagem* e o *Mundo Podcast.*

Para a análise, foram definidos alguns episódios próprios para o assunto e seus devidos pontos de vista, esperando como resultado um entendimento melhor da posição das pessoas quando se trata de *spoilers.*

[5] Disponível em: <https://goo.gl/Qge3t5>. Acesso em: 14 de maio de 2016.
[6] Disponível em: <https://goo.gl/rFYxVF>. Acesso em: 19 de setembro de 2016.

1. *SPOILERS*

O termo *spoiler,* originada da língua inglesa *spoiling*, consiste em uma expressão atual popularizada com a era digital, principalmente no meio do entretenimento através da televisão, cinema, livros e internet. Segundo Henry Jenkins, *spoiling,* é visto como:

> Qualquer revelação sobre o conteúdo de uma série de televisão que talvez não fosse do conhecimento de todos os participantes de uma lista de discussão na Internet. Gradualmente, *spoiling* passou a significar o processo ativo de localizar informações que ainda não foram ao ar na televisão (2009, p.395).

O termo é utilizado cada vez mais por pessoas que contam o que acontece em filmes, seriados e livros. Essas pessoas muitas vezes comentam sobre o programa a que assistiu e/ou o livro que leu de uma forma empolgante que acaba falando uma informação facilmente transmissível e relevante para o desenvolvimento da história.

Podemos considerar que os *spoilers* atingem os espectadores de diversas formas, os quais podem ser divididos em dois grupos, aqueles que gostam de ler sobre o que ainda não assistiram/leram e aqueles que não gostam da informação compartilhada. O público que acompanha os *spoilers* de maneira desejada, segundo Jenkins, estaria sendo influenciado pelas mídias da internet como "uma forma de adaptação às transformações culturais, sociais e mercadológicas que ela trouxe aos meios de comunicação" (2009, p. 29). Segundo o autor, a teoria da convergência se aplica no jeito como as informações são produzidas, consumidas e veiculadas. Essa teoria procura explicar quais os princípios que faz com que um número significativo de pessoas se propaguem através da internet, sendo capazes de produzir e compartilhar do próprio conhecimento criado.

Em uma das características da transmídia intitulada de potencial de compartilhamento versus profundidade, definida por Jenkins (2009), afirma que ao mesmo tempo que relaciona a capacidade do tema ser explorado em profundidade pelo espectador, associa também a

habilidade do conteúdo ser partilhado, isso ocorre frequentemente no caso dos *spoilers* em que o espectador se aprofunda de uma determinada informação nas redes sociais quando o tema é compartilhado de maneira superficial na internet.

Em uma publicação no website *Toad*[7], podemos definir que há um determinado conflito que se contrapõem os fãs em duas maneiras distintas, são elas o direito à surpresa e o direito ao debate. Enquanto que o primeiro se diz respeito à um direito pessoal do espectador em não querer saber o que vai acontecer em seguida, o segundo se refere ao direito pessoal que o público atingido tem ao se envolver com determinada obra e que gostaria de ser informado, ou seja, quem comenta tem tanto direito de saber quanto quem tem o direito de não saber.

Contudo, a técnica de *spoiler* caracteriza diversas reações naqueles que os recebem, deixando uma experiência emocional agradável ou desagradável. Essas reações podem variar de acordo com o nível de *spoiler* que foi compartilhado, podemos citar casos de quando se refere à morte de algum personagem, por exemplo, em que é mais provável que o espectador se sinta comovido com o acontecido do que ao saber que um casal vai ficar junto no final. Apesar dos dois fatores serem considerados como primordiais para se compartilhar com um fã, podendo perder o aspecto principal da obra, conduzindo um vínculo negativo capaz de interromper o envolvimento com o objeto.

Um estudo[8] realizado por pesquisadores da Universidade da Califórnia, em San Diego, mostra que *spoilers* não estragam livros ou filmes, mas pelo contrário, o *spoiler* é capaz de aumentar a vontade de assistir a algum filme ou série. Isso ocorre quando o espectador acompanha programas televisivos ou sagas literárias do mesmo gênero ou até mesmo a própria obra e, se interessou pelo que leu ou ouviu de outra pessoa. Esse acredita que tal fato

[7] Site criado com o intuito de compartilhar opiniões e ideias sobre variados temas, como games, fotografia, internet, tecnologia e coisas relacionadas ao universo Geek. Disponível em: <https://goo.gl/PquR3w>. Acesso em: 14 de maio de 2016.
[8] Disponível em: <http://goo.gl/d464kU>. Acesso em: 14 de maio de 2016.

seria um bom desenvolvimento para a história da ficção e por isso, aumentaria gradativamente a sua vontade de acompanhar. Tal interesse que o sujeito tem, parte do impacto que a informação trouxe até si, proporcionando sentimentos tais como a felicidade pelo ocorrido e também angústia em saber como a trama termina.

Nos últimos anos, tem-se notado que a técnica dos *spoilers* está sendo muito utilizada em diversas redes sociais sem o controle do internauta que acessa essas fontes num determinado horário específico. Isso faz com que muitas marcas ou empreendedores anunciem o seu trabalho com esse público, como por exemplo o caso de *podcasts* em que os apresentadores buscam sempre inovação para conquistar novos ouvintes cada vez mais.

> Enquanto muitos temas competem pela atenção do público, somente alguns são bem-sucedidos em conquistá-lo, e os veículos noticiosos exercem influência significativa sobre nossas percepções sobre quais os assuntos mais importantes (MCCOMBS, 2004, p.19).

Os *podcasts* são exemplos de veículos influenciadores pois a temática ali debatida permite com que o ouvinte concorde ou altere a sua opinião inicial. Um dos principais motivos para que isto ocorra é o fato do veículo permitir uma discussão mais aprofundada do assunto, diferente de alguns meios que trazem um relato mais resumido.

2. *PODCASTS*

Podcast é um termo derivado de *Podcasting*, que representa "um processo midiático que emerge a partir da publicação de arquivos de áudio na internet" (PRIMO, 2005, p.01). O termo é utilizado para simbolizar programas, geralmente conversas e debates, publicadas online através de recursos de áudio acompanhado de um texto de apoio ao que foi comentado. Segundo Jenkins (2009) o público online está cada vez mais centrado em não só compartilhar informações, mas também produzir as suas próprias versões baseadas na cultura de massa, sendo assim, faz com que os fãs produzem conteúdo de mídia como uma forma de distribuição de consumidores a partir do tema proposto, ou seja, os usuários não só são

consumidores, mas também produtores de conteúdo.

> Cada vez mais, entretanto, a web tem se tornado um local de participação do consumidor, que inclui muitas maneiras não autorizadas e não previstas do conteúdo de mídia (JENKINS, 2009, p.190).

A internet não só possibilitou o aumento de consumidores, mas também potencializou o poder de emissão dos usuários, para que eles produzam seus próprios conteúdos, não dependendo mais de uma mídia. De acordo com Medeiros:

> A grande inovação que o *Podcasting* propõe: o "poder de emissão" na mão do ouvinte. Com isso, não existe mais uma produção de conteúdo centralizado nas mãos de uma mídia. Cada usuário produz seu conteúdo descentralizadamente, disponibilizando-o na rede da melhor maneira que lhe convier (2005, p.05).

Isso se dá devido a um grande diferencial que os *podcasts* possuem em relação a um *broadcasting*, por exemplo. Enquanto um *broadcast* é aquele programa de rádio transmitido de maneira simultânea, um *podcast* ocorre através de uma gravação que pode ser acessada pela internet a qualquer período e baixado pelos assinantes, sendo assim, os ouvintes possuem um perfil específico já que ouvir um *podcast* difere de ouvir uma rádio tradicional. Notadamente, o ouvinte é sempre o mesmo para todos os canais de *podcasts* existentes, havendo assim, uma disputa dos apresentadores em estar sempre atualizando o canal com conteúdo de agrado ao público.

3. ESTRATÉGIA COMUNICACIONAL E A CULTURA DA CONVERGÊNCIA

Nota-se que os temas abordados são referentes à cultura pop, tais como séries, filmes e *reality-shows*. É bastante comum o uso de um tema de entretenimento em canais de *podcast*, cujo formato apresenta uma duração mais longa. Em relação aos programas uma estratégia muito utilizada pelos *podcaster,* termo que se refere ao autor de um podcast, é o que vemos a partir do marketing de conteúdo em que ao conseguir expandir a temática para outras áreas que estejam relacionadas, e ao apresentar um assunto de interesse do consumidor, em atrair

não somente o seu target, mas também outros públicos.

Pode-se dizer que *podcast* é uma forma de comunicação em que o consumidor tem uma imersão no conteúdo transmitido e possivelmente é influenciado pela mensagem veiculada através de uma estratégia comunicacional. Segundo Baldissera "uma boa estratégia significa escolher e potencializar os aspectos que diferenciam a organização dos demais" (2001, p.06). Isso ocorre devido a uma delimitação de conteúdo diferenciado nestes programas em meios sonoros, na qual, o ouvinte ao acessar o veículo de comunicação, apresenta um pensamento determinado a respeito do tema.

A opinião que diversos ouvintes possuem em relação aos *spoilers* em *podcasts* ainda é bastante discutida pois muitos dos que assinam determinados canais, acabam pegando informações a respeito de suas séries ou filmes preferidos, dando a entender que este público não se incomoda com informação compartilhada, motivo que faz a maioria dos empreendedores utilizar da estratégia comunicacional de veiculação de informações com terceiros para se autopromover e garantir mais ouvintes.

Na visão de González, a comunicação estratégica funciona como uma intenção consciente do indivíduo em controlar a comunicação divulgada e garantir melhores resultados. Nesse sentido, González (2001) afirma que para alcançar certos objetivos a ciência da comunicação foca nos elementos de comunicação utilizados no dia a dia. Entende-se também que a comunicação pode ser considerada como:

> Um processo de construção e disputa de sentidos. As estratégias de comunicação têm então, como objetivo, direcionar ou manipular os sentidos que os emissores/receptores constroem nos processos de comunicação (BALDISSERA, 2001, p. 2-3).

A comunicação e suas estratégias possuem um poder de manipulação eminente sobre os emissores que por consequência, grande parte do que é publicado são reações à cultura comercial. Segundo Jenkins "não deveria ser surpresa o fato de que boa parte das criações do

público se espelha em, dialogar com, reage a ou contra, e/ou adaptar materiais extraídos da cultura comercial" (2009, p.201), de fato, essa é a maneira que os apresentadores de *podcasts* encontraram para criar novos conteúdos e comentar o material voltado para a cultura dos fãs e divulgá-los na internet sem a necessidade de orçamentos ou sistemas complexos de produção. Isso quer dizer que a Cultura da Convergência é capaz de transmitir conteúdo de diversos usuários em maior alcance, independentemente de qual formato utilizado. Para Jenkins:

> O conteúdo de um meio pode mudar (como ocorreu quando a televisão substituiu o rádio como meio de contar histórias, deixando o rádio livre para se tornar a principal vitrine do rock and roll), seu público pode mudar (como ocorre quando as histórias em quadrinhos saem de voga, nos anos 1950, para entrar num nicho, hoje) e seu status social pode subir ou cair (como ocorre quando o teatro se desloca de um formato popular para um formato de elite), mas uma vez que um meio se estabelece, ao satisfazer alguma demanda humana essencial, ele continua a funcionar dentro de um sistema maior de opções de comunicação (2009, p.41).

Jenkins acredita que a convergência deve ser vista como uma referência importante quando se diz respeito às indústrias de entretenimento e seu póstero. A revolução digital trouxe algumas suposições, uma delas referente à mídia antiga, que mais tarde seria substituída pelas novas mídias. Em contrapartida, na visão de Jenkins, nenhuma mídia substitui a outra, elas "irão interagir de formas cada vez mais complexas" (2009, p.33).

4. AS ANÁLISES DOS *POSCASTERS* SOBRE OS SPOILERS

Em determinados episódios de *podcasts,* foram analisados quais as opiniões que os apresentadores têm a respeito do tema *spoiler*, para assim, abordar aspectos como a viabilidade de evitar e se defender das informações indesejadas. O critério utilizado para a escolha do Braincast se deu através de uma lista publicada pelo site *Meio & Mensagem*[9], em que cita os 10 melhores *podcasts* do Brasil, sendo assim, o Braincast se situava em segundo colocado como um dos *podcasts* mais famosos, na qual os participantes possuem um estudo

[9] Site referente à conteúdo para profissionais de Marketing, Mídia e Comunicação. Disponível em: <www.meioemensagem.com.br/>. Acesso em: 21 de setembro de 2016.

prévio sobre o tema antes de comentá-lo, fazendo assim com que haja um fundamento em todos os episódios e, garantindo uma boa avaliação no iTunes, considerado como nota 4,5.

Ainda na lista do site *Meio & Mensagem*, em oitavo lugar está o Rapadura Cast, sob comandado por Jurandir Filho o *podcast* é composto por pessoas apaixonadas por cinema que estudam o tema discutido em profundidade, suas críticas são inteligentes e justas. O canal possui uma visão extasiada e profunda também sobre assuntos relacionado a cultura pop. Os episódios são informativos e divertidos, cujos participantes apresentam opiniões próprias, fazendo com que seja de agrado aos ouvintes, o que faz o podcast obter nota 4,5 no iTunes.

Segundo os membros do *Mundo Podcast*[10], o *podcast* Canal 42 está em segundo colocado dentre os *"melhores novos podcast de 2015"* ficando atrás apenas do Projetos Humanos. Buscando por novas opiniões e pontos de vista, o Canal 42 se qualifica como um dos *podcasts* referências, por ocupar uma posição bem situada no mercado, e apesar do pouco período de existência conquistou nota 5,0 pelo iTunes e é um *podcast* querido pelos ouvintes.

4.1. BRAINCAST

O portal B9 (Brainstorm9), inicialmente desenvolvido como um site para comentar de publicidade, é hoje referência no país, englobando mais do que apenas comunicação, mas também discutindo sobre mercado digital, tecnologias e inovação tendo como autores e colaboradores nomes como Cristiano Dias, Rafael Silva, Virgílio Souza, Flavio Serpa, Jacqueline Lafloufa, Daniel Sollero e Rafael Merel. Um dos *podcasts* que o site possui é intitulado de Braincast, que surgiu com Carlos Merigo, Gustavo (Guga) Mafra, Luiz Yassuda, Alexandre Maron e Luiz Hygino que apresentam conteúdos de criatividade, entretenimento e comunicação.

No episódio "A Cultura do *Spoiler*" (S01E106) ministrado por Carlos Merigo, Cris

[10] Site criado em outubro de 2011 por Thiago Miro com o intuito de falar sobre os mais variados assuntos que sejam de interesse geral. Disponível em: <www.mundopodcast.com.br/>. Acesso em: 21 de setembro de 2016.

Dias, Alexandre Maron, Luiz Yassuda e Saulo Milete, discutem sobre a forma de consumo do entretenimento, em que conseguir ficar sem informações das principais notícias virou um ato heróico, pois atualmente não receber *spoilers* só é possível se não possuir internet. Merigo acredita que a jornada não é mais importante que o final do episódio/série/filme. Para ele, o momento em que o espectador assiste a um programa sabendo o que vai acontecer, perde o sentido, pois, acredita que o impacto é diferente. Luiz Yassuda, possui uma visão parecida, segundo ele o *spoiler* é capaz de estragar a emoção da história/cena, pois "por mais que a história seja bacana você já espera aquele final" (Braincast, S01E106). Ainda no episódio foi comentado que existe uma quantidade abundante de pessoas que gostam de assistir a uma determinada série/filme no mesmo dia do seu lançamento ou o quanto antes, pois assim, podem comentar aquilo que foi visto.

4.2. CANAL 42

O *podcast* Canal 42*,* criado em abril de 2015 por Jurandir Filho, Bruno Costa e Ricardo Rente, tem a finalidade de suprir a carência da cultura dos seriados ao comentar cada série semanalmente de forma descontraída. O episódio S01E12 "Game of Thrones [Temporada 5]", ressalta que existem vários níveis de *spoiler*. Ricardo Rente comenta que na opinião dele, a maior culpa é de quem está tomando o *spoiler* e não de quem o revela. Rente continua dizendo que para não receber *spoilers* ele faz a sua parte, ele foge, não entra nas redes sociais, pois não espera "a atitude e o bom senso dos outros", entende que muitas vezes o indivíduo está empolgado com o que viu e quer comentar.

Resumidamente, as pessoas querem discutir sobre o que viram, porém, a maioria das vezes é difícil de segurar algumas informações importantes, pois as pessoas se comovem com a morte de alguns personagens e/ou as mudanças no *plot*[11] da história. *Spoilers* são eventos que não tem como evitar, porém, uma maneira de se prevenir deles seria não utilizar tanto as

[11] Entende-se como um enredo. Segundo dicionário de Cambridge University, é aquilo que acontece em uma história; o plano ou a história principal. Disponível em: <www.dictionary.cambridge.org/> Acesso em: 15 de setembro de 2016.

redes sociais e *podcasts*.

Jurandir Filho, afirma no episódio S02E10 "Dossiê do *Spoiler*" que a melhor solução para àqueles que não conseguem assistir no dia é se proteger de alguma forma, como por exemplo no Twitter em que se consegue 'mutar' uma hashtag e assim, omitir todos os 'tweets' referente aquele tema específico. Ou se possível, evitar ficar online nas redes sociais naquele momento pois todo mundo estará assistindo e irão comentar, e isso é inevitável.

Outro aspecto comentado no episódio é que o *spoiler* pode ser considerado como um mal do mundo de comunicação e de tecnologia. Segundo Ricardo Rente, o principal problema dos *spoilers* é a comunicação que as pessoas criam através de diversos recursos de fácil acesso pela população, que, por fim, geram visualizações por aqueles que acessam a informação compartilhada. Como citado anteriormente, a Cultura da Convergência se emprega no modo como essas informações são veiculadas, produzidas e consumidas, essa cultura tem como objetivo explicar quais elementos que fazem com que o compartilhamento desenvolvido e produzido por um grupo na internet aumente.

Bruno Costa, comentarista também do *podcast*, afirma que para ele o problema é que o *spoiler* tira o efeito de surpresa e quebra sua imersão na obra. Contudo, podemos dizer que:

> Mesmo que essas novas circunstâncias deixem intacto o conteúdo da obra de arte, elas desvalorizam, de qualquer modo, o seu aqui e agora. Embora esse fenômeno não seja exclusivo da obra de arte, podendo ocorrer, por exemplo, numa paisagem, que aparece num filme aos olhos do espectador, ele afeta a obra de arte em um núcleo especialmente sensível que não existe num objeto da natureza: sua autenticidade (BENJAMIN, 1955, p. 13-14).

O principal recurso que faz uma obra perder sua autenticidade é a sua representação técnica, em que ao reproduzir a obra estaria tirando sua originalidade e assim fazendo-a perder também sua autenticidade, além de torná-la desleal ao autor. O mesmo ocorre com os *spoilers*, pois, quando se compartilha a história da obra, parte da originalidade é danificada ao recontá-la, fazendo com que a emoção ao assistir não seja a mesma que a pessoa teria se não

soubesse do acontecido antes de acompanhar a série ou filme, perdendo também a emoção original. Bruno Costa afirma também que no caso dos seriados o *spoiler* é ainda mais sensível pois o espectador acompanha durante meses e continua vendo uma história em construção e isso vai se tornando parte da sua rotina até que chega o *spoiler* e ele se torna algo muito maior.

4.3. RAPADURA CAST

O Rapadura Cast, *podcast* referente ao site *Cinema com Rapadura*, desenvolvido por Jurandir Filho, em 2006, tem como referência o cinema, abordando estréias, tendências, hábitos, clássicos e temas atuais. Discutido por Jurandir Filho, Izzy Nobre e Evandro de Freitas, o episódio "O que são *spoilers* e por que odiamos?" (S01E319) busca responder algumas perguntas sobre o tema, como por exemplo, discutir se o *spoiler* estraga a experiência, se o ouvinte gosta do *spoiler*, e até mesmo o motivo que faz com que algumas pessoas revelam os finais de filmes.

Há uma divergência de opinião sobre o assunto no episódio, enquanto para Izzy Nobre, as pessoas que vão ao cinema só pelo fato de ir, que não gostam tanto assim de filmes/séries, são as que não se importam em levar *spoilers*. Já Evandro de Freitas acredita que quem não liga em receber as informações são as pessoas que gostam tanto de cinema que a informação não se torna um empecilho. Segundo experimento de Hassoun (2013), isso ocorre devido às diversas finalidades que os *spoilers* possuem, estas, são capazes de satisfazer o desejo dos fãs em estar sempre antenado aos acontecimentos mais recentes, principalmente aquelas informações antes do lançamento oficial referente às séries, filmes ou livros, até que este mesmo público fortaleça a curiosidade pela continuação do entretenimento que acompanha. Sendo assim, podemos afirmar que: "a consciência prévia dos acontecimentos narrativos na leitura de quadrinhos pode aumentar o prazer do consumo da obra, uma vez que facilita a reflexão, antecipação ou surpresa" (HASSOUN, 2013, p.349-350).

Evandro de Freitas comenta também a respeito do afastamento das redes sociais como uma maneira de fuga dos *spoilers.* Para ele, o espectador que não gostaria de receber os indesejados *spoilers* pois, considera aquela série/ filme muito importante, deve-se ficar longe da internet, sites e *podcasts*. Um pensamento que complementa a ideia trazida por Evandro é o de Emanuelle Paynes, ela afirma que:

> Com a popularização das redes sociais, fugir de um *spoiler* fica cada vez mais difícil, por mais que não haja o acesso direto a um site especializado na prática, cada pessoa assiste a série no tempo em que considera melhor e as informações acabam se espalhando na rede. (PAYNES, 2015, p.22)

O ato de assistir a episódios se tornou tão comum nos dias atuais que muitos dos espectadores procuram por colocar a série em dia o quanto antes, para que assim, eles possam saciar a sua vontade de querer saber o que acontece na trama. Conseguir evitar os *spoilers* daqueles que já comentaram em suas redes sociais se correlata com o direito à surpresa, já citado anteriormente, em que o espectador tem o direito de não querer saber da história antes de assistir. Poder comentar sobre o que viu, está relacionado à um segundo direito o qual refere-se ao direito de querer saber. Porém, não são todos que conseguem ver na hora em que o programa é lançado e optam por acompanhar no momento mais oportuno, isso aumenta o risco de receberem informações cruciais sobre o episódio/filme.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considera-se que o ato de compartilhar *spoilers* na internet acontece de maneira cada vez mais presente no cotidiano do público televisivo e/ou literário e, esta, possui diversas opiniões aos espectadores devido às suas próprias experiências pessoais. Enquanto que para um grupo pode ser considerado como um ato crucial, o que acarreta a desistência do acompanhamento da série, filme ou livro, para outro público as informações já não os afetam, em que a hipótese de continuar assistindo é mais provável. Junto a este público há também aqueles que buscam por esses *spoilers*, perguntando os acontecimentos aos conhecidos ou até

mesmo pesquisando na internet ou redes sociais.

Os *podcasts* são arquivos de áudio gravados e compartilhados em meio online estando disponível para download. Geralmente o conteúdo gira em torno de cultura pop e entretenimento, que são de agrado ao público. Os *podcasts* utilizam do marketing de conteúdo para se promover, pois falam sobre temas de agrado do público e ao mesmo tempo avisam que aquele episódio conta com *spoilers* para não chatear os que não gostam de descobrir os fatos relevantes por meio de outros, moldando-se assim, conforme o interesse do consumidor. Afirmamos que a pessoa que deu o spoiler está utilizando a comunicação estratégica, pois ela possui uma intenção de controlar o conteúdo para obter melhores resultados. No caso de quem compartilha o *spoiler*, a intenção é de receber comentários e/ou construir debates sobre a informação publicada.

Segundo Ricardo Rente, apresentador do *podcast* Canal 42, um dos fatores que faz o público compartilhar *spoilers*, ocorre, geralmente, devido à elevada empolgação com o que acabou de assistir ou ler. Isso permite afirmar que a história da trama é capaz de despertar sentimentos incontroláveis nos espectadores que não se questionam se outras pessoas já viram aquela série/filme/livro e se irão se incomodar com a informação compartilhada.

Pode-se dizer que quando se trata de evitar as redes sociais para fugir dos *spoilers*, há uma divisão entre dois tipos de pessoas: aqueles que acham essa opção viável e utilizam da técnica para não receber as informações, e aqueles que discordam e continuam a acessá-las diariamente, mas, ao analisar que uma determinada publicação se refere à série/filme que não gostaria de receber notícias, o espectador consegue ocultar a postagem para não a ler.

Há alguns métodos para escapar dos *spoilers* além de não utilizar as redes sociais; deixar claro que não quer receber aquela informação e evitar falar a respeito de série/ filme com os colegas que também acompanham a trama.

É certo que os *spoilers* geram discussões na internet pela razão das duas visões extremistas de lidar com o assunto, mas também é correto afirmar que o *spoiler* continua em uso com bastante frequência e com o elevado aumento do catálogo de séries a tendência é que o *spoiler* ganhe cada vez mais força.

REFERÊNCIAS

BALDISSERA, Rudimar. **Estratégia, Comunicação e Relações Públicas**. In: Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 24, 2001. Campo Grande, MS.

BENJAMIN, Walter. **A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1955.

GONZÁLEZ, Rafael A. P. **Estrategias de Comunicación**. Barcelona: Ariel Comunicación, 2001.

HASSOUN, D. **Sequential Outliers**: The Role of Spoilers in Comic Book Reading. Journal of Graphic Novels and Comics, vol.4, n2, 2013.

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

MCCOMBS, M. **A Teoria da Agenda**: a Mídia e a Opinião Pública. Petrópolis: Vozes, 2004.

MEDEIROS, M.S.D. **Podcasting**: Produção Descentralizada de Conteúdo Sonoro. In: INTERCOM, 28., 2005, Rio de Janeiro. In: Anais do XXVIII Congresso Brasileiro das Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2005. 1 CD-ROM.

PAYNES, Emanuelle Licht. **Orange Is The New Black**: Um Estudo Sobre a Manifestação de Fãs no Instagram. Porto Alegre, RS. 2015.

PRIMO, Alex. **Para Além da Emissão Sonora**: As Interações no *Podcasting*. Porto Alegre, RS. 2005.