

## ***Game Of Thrones: Experiências Sensoriais na Comunidade Afetiva do Seriado Norte Americano***<sup>1</sup>

Brenda Rachit SANTOS<sup>2</sup>

Marcus Vinícius Passos ARAÚJO<sup>3</sup>

Maria Ataíde MALCHER<sup>4</sup>

Universidade Federal do Pará, Belém, Pará

### **Resumo**

O trabalho tem como proposta analisar como um gênero seriado narrativo se relaciona com uma determinada comunidade afetiva e como são estabelecidas os processos de experiências sensoriais com esse grupo. Por meio de uma pesquisa bibliográfica, traçou-se um breve parâmetro desse segmento ao longo do tempo. Após situar o objeto de análise no campo midiático e teórico, estabeleceram-se as bases que auxiliaram o estudo de algumas cenas exibidas pela série *Game Of Thrones*, do canal de assinatura norte-americano HBO.

**Palavras-chave:** série; televisão; comunidade afetiva; experiência sensível.

### **Introdução**

No dia 17 de abril de 2011, estreava nos Estados Unidos o seriado *Game Of Thrones*, por meio do canal de assinatura HBO (*Home Box Office*). Surgia, com isso, um produto midiático que simbolizaria a síntese de um segmento que vem se popularizando ano após ano. No Brasil, as séries de tevê estão presentes desde o surgimento das primeiras emissoras de rede aberta e são representados, sobretudo, pelos seriados de origem norte-americana.

Assim, por intermédio do gênero seriado narrativo, especificadamente a série televisiva *Game Of Thrones*, pretende-se entender quais os processos interacionais envolvidos entre esse produto audiovisual e uma determinada comunidade afetiva. Para isso, analisou-se como a recepção estética desse grupo vivencia certas experiências sensoriais a partir de determinadas cenas, baseadas em uma interação sempre instável.

“O seriado teve origem no cinema, nas sessões de matinê que apresentavam histórias divididas em capítulos. Essa forma de estrutura serial foi adaptada para a televisão e vários seriados surgiram nos anos 1950” (HERSKOVIC, 2005, p. 17). Como a série “*I Love Lucy*”, exibida pela rede de televisão americana CBS (*Columbia Broadcasting System*),

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática de Cinema e Audiovisual, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de graduação do 5º semestre do Curso de Comunicação Social- Jornalismo da UFPA, e-mail: brendarachit@hotmail.com

<sup>3</sup> Estudante de graduação do 5º semestre do Curso de Comunicação Social- Jornalismo da UFPA, e-mail: marcuspassos26@yahoo.com.br

<sup>4</sup> Professora do Curso de Comunicação Social da UFPA e orientadora do trabalho. E-mail: aataide@ufpa.br

entre 1951 e 1960<sup>5</sup>. Sendo considerada o primeiro produto de serialização em episódios de grande relevância em termos de audiência para a época (SANTOS, 2010). Além do que, ele tem certas particularidades como avalia Silva (2011, p.53), “distinguindo-se de outras narrativas como as novelas, os filmes, etc. Além disso, por se tratar de um gênero televisivo e com veiculação semanal, ele está sujeito a transformações mais radicais e imediatas”.

No cenário nacional, essa narrativa foi introduzida gradativamente, acompanhando a evolução das emissoras brasileiras. Amorim (2007) evidencia que desde a introdução da primeira rede de televisão brasileira, em 18 de setembro de 1950, com a criação da TV Tupi Canal 3, em São Paulo, a televisão já transmitia uma programação relativamente diversificada.

No entanto, essa programação estava restrita a uma pequena parcela da população. Em 1960, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Brasil tinha 70 milhões de habitantes. Nesse mesmo período, o número televisores em uso era de 598.000 mil<sup>6</sup>. Tendência que se reverteria mais tarde, com a popularização dos aparelhos de televisão. Além disso, nessa época, os seriados de TV eram usados em grande maioria para preencher as lacunas da grade de programação das emissoras brasileiras.

Um forte avanço na trajetória histórica das séries de televisão ocorreu após o surgimento do sistema da TV por assinatura. Iniciado nos Estados Unidos na década de 40, como forma de algumas comunidades receberem o sinal da TV aberta com mais qualidade por meio de antenas de altas sensibilidades e cabos coaxiais, o serviço foi essencial para a popularização, reconhecimento e o aumento da produção dos seriados<sup>7</sup>. No Brasil, a TV por assinatura se consolidou a partir da década de 90 com a promulgação da Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995, que estabelecia as normas de funcionamento do Serviço de TV a Cabo<sup>8</sup>.

Segundo Herskovic (2005), os seriados norte-americanos dominam a mídia pelo fato de serem as suas emissoras as detentoras do maior número de canais pagos no Brasil. Poucos canais oferecem uma opção de seriados e programas que não sejam norte-americanos, entre eles Multishow e GNT, ambos pertencentes à Globosat, uma subdivisão da emissora brasileira Globo.

---

<sup>5</sup> A série, estrelado por Lucille Ball e Desi Arnaz, retratava o cotidiano das famílias de classe média dos Estados Unidos.

<sup>6</sup> Abinee *apud* Mattos (1990)

<sup>7</sup> Consultar a Associação Brasileira de TV por Assinatura: <http://www.abta.org.br/>

<sup>8</sup> Segundo informações do site do Palácio do Planalto, da Presidência da República, que dispõe sobre o serviço de TV a cabo e dá outras providências: [http://www.planalto.gov.br/CCIVIL\\_03/leis/L8977.htm](http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/leis/L8977.htm)

No entanto, mesmo que a TV por assinatura tenha reconfigurado a dinâmica de consumo de produtos audiovisuais, alguns canais só são disponibilizados em pacotes mais completos e, por isso, mais caros. Com a popularização da internet, a partir dos anos 2000, a circulação desse conteúdo se ampliou devido o aumento progressivo de pessoas inseridas na rede mundial de computadores. Nacionalmente, 85,6 milhões de brasileiros têm acesso à internet em domicílios, o equivalente a 49,4% da população<sup>9</sup>. “Desse modo, com a internet vamos gradativamente deixando de falar de exportação, para falar de circulação de produtos televisivos” (SILVA, 2014, p.247). Ainda que seja uma atividade ilegal, os internautas optam por fazer o download pela facilidade de compartilhamento e pelo baixo ou zero custo de obtenção.

Mesmo em face à pirataria, os canais televisivos conseguem assegurar um retorno bastante lucrativo de suas produções. “Circula na rede uma ampla gama de material exclusivo, oferecido pelos canais, e que vão desde promos, trailers e entrevistas, até expansões do mundo narrativo em *websódios*, *blogs* ou *sites* de personagens” (SILVA, 2014, p.246). Dessa forma, a internet vem contribuindo potencialmente para a popularização dos seriados televisivos.

Por meio do sistema televisivo e da internet, distribuídos em diversos dispositivos móveis, o segmento de seriados se fortaleceu e aumentou. O público teve acesso a séries de comédias, de suspense, de drama e aventura nos seus vários formatos. Nesse ambiente, à medida que novos seriados vão surgindo, uma determinada comunidade afetiva se estabelece. São pessoas ávidas por assistir, consumir e desfrutar as mais diversas perspectivas do gênero narrativo seriado. A interação entre esses indivíduos possibilita a construção de experiências comuns, de caráter intersubjetivo (VALVERDE, 2008). As redes sociais propiciam que isto aconteça de forma rápida e intensa, por meio do compartilhamento de ideias, sentimentos e opiniões sobre os acontecimentos da série.

### **Uma comunidade além dos sete reinos de *Westeros***

*Game Of Thrones* é uma série baseada nos livros de fantasia épica “As Crônicas de Gelo e de Fogo<sup>10</sup>”, do escritor americano George Raymond Richard Martin. São cinco volumes

---

<sup>9</sup> Os dados são referentes à Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2013, realizados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

<sup>10</sup> Os cinco livros são: A Guerra dos Tronos, a Fúria dos Reis, a Tormenta de Espadas, o Festim dos Corvos e a Dança dos Dragões.

literários publicados, o primeiro foi lançado em 1996. Passados 15 anos estrearia na TV americana a primeira temporada da série, exibida em 17 de abril de 2011. Apenas 4 semanas após, no dia 08 de maio, às 21 horas, o seriado foi exibido no Brasil. Até o momento, já foram produzidas cinco temporadas, cada uma com 10 episódios, exibidas prioritariamente entre os meses de Abril a Junho. Em 2014, *Game Of Thrones* se tornou o seriado mais assistido de todos os tempos do canal de assinatura HBO<sup>11</sup>.

A trama ocorre, sobretudo, em um lugar chamado *Westeros*, em referência simbólica à Europa Medieval. Nesse ambiente, as principais famílias nobres (Casa Baratheon, Casa Lannister, Casa Stark, Casa Targaryen, Casa Arryn, Casa Frey, Casa Greyjoy, Casa Tyrell, Casa Tully e Casa Martell), disputam o controle do Trono de Ferro, localizado no castelo Fortaleza Vermelha, em Porto Real, a capital do continente. O Trono é forjado com espadas de inimigos vencidos pelo primeiro rei, Aegon I Targaryen, e é um ícone de poder sobre os setes reinos de *Westeros*<sup>12</sup> (Reino do Norte, Reino do Vale e do Céu, Reino das Ilhas e dos Rios, Reino do Rochedo, Reino da Campina, Reino das Terras da Tempestade e o Principado de Dorne).

Cotidianamente novas séries e conteúdos midiáticos são lançados, isso influencia na rapidez com que esses mesmos produtos se tornam obsoletos, ultrapassados. “A efemeridade parece se configurar como um traço característico da cultura da mídia” (MONTEIRO, 2006. p.4). Apesar disso, cada nova temporada de *Game Of Thrones* causa grande expectativa nos fãs, que fazem ferver as redes sociais. Segundo a revista americana *Variety*<sup>13</sup>, o número de telespectadores cresce consideravelmente a cada temporada. Em 2011, ano de lançamento da série, a média era de 2,52 milhões de espectadores. O número aumentou para 3,8 milhões em 2012, para 4.970.000 em 2013 e 6.840.000 em seguida, em 2014. Este ano, o primeiro episódio da quinta temporada alcançou 8 milhões de pessoas nos Estados Unidos, aponta a revista. Esses dados se referem ao público que assiste por meio da HBO, sem contar os espectadores de plataformas alternativas.

---

<sup>11</sup> Segundo o site *The Hollywood Reporter*, os episódios da quarta temporada tiveram uma média de audiência de 18.4 milhões de telespectadores por semana nos Estados Unidos, superando a audiência de todas as outras séries já exibidas pela emissora.

<sup>12</sup> Conferir a enciclopédia brasileira produzida pelos fãs da série para obter mais informações a respeito do continente de *Westeros*. [http://wiki.gameofthronesbr.com/index.php/P%C3%A1gina\\_principal](http://wiki.gameofthronesbr.com/index.php/P%C3%A1gina_principal)

<sup>13</sup> Consultar a revista semanal especializada em cinema, em negócios e na indústria do entretenimento. <http://variety.com/2015/tv/news/game-of-thrones-ratings-hbo-show-returns-with-series-high-1201471361/>

O portal do jornal *O Globo*<sup>14</sup> listou algumas características do seriado como suposições para o sucesso entre os fãs e uma das questões era a elaboração dos personagens. Segundo o site, por não haver personagens totalmente bons ou maus, o público se identifica muito mais com suas histórias de vida e com suas desenvolvuras na trama. O autor da obra não envereda pela dualidade entre o bem e o mal tão presente na literatura e em produções audiovisuais, mas apresenta personagens complexos com valores tanto benéficos quanto maléficos.

O público crescente de *G.O.T.* se relaciona por meio de uma comunidade afetiva, ou seja, é uma relação estética que se aproxima do conceito de estesia, da comunhão de sentimentos, de experiência coletiva, a partir da qual é possível o estabelecimento de uma comunidade juvenil ou tribo (Hall & Jefferson, 1976; Hebdige, 1979 *apud* MONTEIRO, 2005). A cultura de fãs ganha proporção, principalmente, a partir dos anos 80, pois o fã começa a ser desvinculado da imagem do indivíduo manipulado, inerte e passivo para ganhar destaque como agente relevante de formação identitárias. O que também o afasta do sentido negativo de idolatria e o aproxima do universo das práticas cotidianas no qual cada indivíduo, como consumidor midiático, está inserido (MONTEIRO, 2005).

*Game Of Thrones* mantém uma relação de amor e ódio com seus fãs, o que é refletido principalmente nas redes sociais. O público ovaciona e paralelamente questiona os rumos da trama. Uma das questões enfatizadas é que o futuro dos personagens é imprevisível. Os “mocinhos” podem morrer de forma tão cruel quanto os “vilões”. Sendo assim, quando algum personagem que conquistou o público morre, as redes sociais fervilham de compartilhamentos sobre o acontecido. Sobre a formação dessas comunidades, Valverde (2007) enfatiza que sua validade não depende, apenas, da assimilação de determinados valores por essas comunidades a partir de um contrato ou declaração, mas do compartilhamento do sentimento de existência, por meio do qual os membros dessa comunidade interagem e se reconhecem.

Neste sentido, a pesquisa se propôs a analisar os grupos de interação online de fãs e admiradores da série, porém essa construção intersubjetiva se dá para além da rede de computadores. Está presente em outros nichos, como nos em círculos de amizades, família, trabalho, faculdade, e isso acaba sendo refletido nas redes, em fóruns e comunidades, bem como em perfis pessoais dos indivíduos pertencentes a essa comunidade afetiva.

---

<sup>14</sup> Consultar a matéria no site: [http://infograficos.oglobo.globo.com/cultura/o-que-explica-o-sucesso-de-game-of-thrones-personagens-fortes-19130.html#description\\_text](http://infograficos.oglobo.globo.com/cultura/o-que-explica-o-sucesso-de-game-of-thrones-personagens-fortes-19130.html#description_text)

Com isso, para Monteiro (2006), assistir ao seriado é mais do que momentos de fruição estética, mas envolve discutir os episódios com os amigos, especular junto a outros fãs as possibilidades da trama e várias outras formas de interação. Para ele, assistir individualmente a um seriado ressoa por toda uma infraestrutura de relações sociais, as quais estão para além da subjetividade. Isto potencializa a experiência individual e a torna oportuna para ser compartilhada. Exemplo disto são os fóruns *online* criados pelos fãs, usados para comentar diversas experiências vivenciadas por meio das cenas de da série.

### **O universo sensorial a partir das cenas de *Game Of Thrones***

A narrativa de *Game Of Thrones* envolve dramas familiares e conflitos entre personagens. Séries desse tipo possuem mais recursos narrativos e possibilidades para a criação de mais de um conflito, além de fazerem uma leitura mais profunda do perfil dos personagens e seus dramas pessoais (HERSKOVIC, 2005). Por mais que haja uma soberania das Casas *Targaryen*, *Lannister*, *Baratheon* e *Stark*, a trama traz consigo, em cada capítulo, personagens novos que no decorrer da série se transformam em embates principais.

Esse enredo é centrado em temáticas voltadas à fantasia, sexualidade, aventura e, sobretudo, à violência, sustentadas pela incessante batalha de diferentes dinastias pelo usufruto do poder político dos reinos de *Westeros*. Com isso, por meio das cenas presentes no seriado o público tem diversas relações de experiências sensoriais. Para Valverde (2007) essa “recepção estética consiste num jogo entre sensibilidade, entendimento e imaginação, no qual forma, sentido e valor se reenviam continuamente, em torno de um ponto de equilíbrio sempre instável (p.14)”. Nesse contexto, o ambiente virtual se torna um campo de registro dessas sensações, devido ser um dos locais onde essa comunidade afetiva se expressa.



**Figura 1**

A cena acima traz um dos momentos mais violentos que ocorreu no último episódio da 5ª temporada. A personagem *Arya Stark*<sup>15</sup> golpeia *Meryn Trant*<sup>16</sup> com uma faca, como forma de vingar a morte do seu pai, o Lorde *Eddard Stark*<sup>17</sup>. A situação foi descrita pelos fãs da seguinte forma: “achei aquela cena com o Meryn Trant bem sinistra”; “Achei impecável. Fiquei com medo do desejo de sangue dela”; “Outro ponto altíssimo do episódio. Foi um dos momentos mais épicos, Arya matando Meryn Trant<sup>18</sup>”. Pereira (2006, p.98) analisa esses estímulos sensoriais, expressando-os na forma de ações ou sentimentos como:

A capacidade de um corpo processar sons, imagens, sinais gráficos, texturas táteis, dentre outros estímulos sensoriais, como uma experiência para qual o corpo possui, conquistado através de um aprendizado, um repertório de significados, ações, emoções ou respostas relacionadas, capaz de organizá-lo frente à experiência em questão.

No último episódio da quinta temporada, outra experiência sensorial bastante comentada pelos fãs de *Game Of Thrones* foi a morte do Lorde *Jon Snow*<sup>19</sup>. Na figura abaixo, ele aparece caído sobre a neve, após ser golpeado por várias facadas pelos guardas da Patrulha da Noite<sup>20</sup>. A relação do público com essa cena foi expressa nos ambientes virtuais como: “A cena conseguiu bater minhas expectativas”; “A morte de Jon não me afetou tanto na série”; “achei a execução da cena boa”; “Sempre que eu vejo a cena da morte do Jon Snow, sinto vontade de chorar<sup>21</sup>”. Por meios dessas expectativas afetivas, percebe-se que a reação do público é diversa, pois tanto há pessoas que se comoveram quanto há quem não se sentiu afetado pela situação. Com isso, a questão mais interessante nesse processo se volta à experiência, pois ela exige a mobilização sensorial e fisiológica do corpo humano, configurando ao mesmo tempo uma atividade prática, intelectual e emocional (GUIMARÃES, LEAL, 2007). Ou seja, mesmo com diferentes níveis de sensorialidade, os fãs vivenciaram diversas mobilizações sensoriais por meio da cena.

<sup>15</sup> Arya Stark é a terceira filha de Lorde Eddard Stark e Catelyn Stark. Após a morte do seu pai e de seu treinador de espadas Syrio Forel, ela planeja vingança.

<sup>16</sup> Ser Meryn Trant é um cavaleiro da Guarda Real. Em uma determinada rebelião ele mata o treinador de espadas Syrio Forel, por tentar proteger Arya Stark.

<sup>17</sup> Eddard Stark, conhecido como Ned, é chefe da Casa Stark e protetor do Reino do Norte. Ele foi decapitado pelo capitão Ilyn Payne, após uma falsa acusação.

<sup>18</sup> Esses relatos dos fãs sobre o episódio da última temporada estão disponíveis nos fóruns de discussão <http://forum.iceandfire.com.br/forum.php> e <http://www.forumgeek.com.br/>

<sup>19</sup> Jon Snow é o filho bastardo de Eddard Stark e guarda da Patrulha da Noite. Após um clima de insatisfação devido suas decisões no Castelo Black, ele é morto durante uma armadilha pelos membros da Patrulha da noite.

<sup>20</sup> A Patrulha da Noite é uma ordem militar dedicada à manutenção da Muralha, a imensa fortificação na fronteira norte dos Sete Reinos.

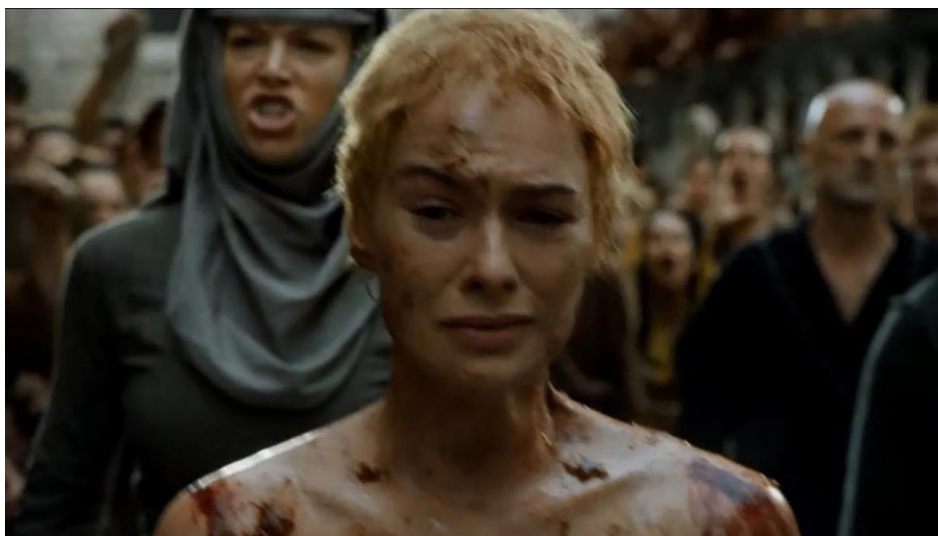
<sup>21</sup> Esses relatos dos fãs sobre o episódio da última temporada estão disponíveis no fórum de discussão <http://forum.iceandfire.com.br/forum.php>





**Figura 2**

A terceira imagem retrata a cena em que a rainha *Cersei Lannister*<sup>22</sup> faz uma caminhada de penitência pelas ruas de Porto Real, devido ter cometido crime contra a Fé dos Sete, a religião dos Sete Reinos. Para muitos fãs da comunidade afetiva de *Game Of Thrones*, essa foi a situação mais forte exibida e a mais adaptada da quinta temporada.



**Figura 3**

Nos fóruns de discussão na internet, as pessoas descreveram essa cena como: “com Cersei, eu me derramei em lagrimas, Lena transmitiu tão bem os pensamentos de Cersei, e o olhar dela no final da cena”; “Sério, alguém por favor dê o emmy a Lena Headey, que atriz, que atuação. Que cena impecável”; “Cena da Cersei... que atuação dessa mulher” e “a cena da caminhada de penitência da Cersei valeu o episódio todo e grande parte da temporada.

<sup>22</sup> Cersei é a filha mais velha de Lorde Tywin Lannister. Ela se casou com o rei Robert Baratheon e se tornou a rainha dos Sete Reinos. A personagem é interpretada pela atriz Lena Headey.



Poucas vezes vi algo tão bem adaptado<sup>23</sup>”. Com isso, na visão de Valverde (2008, p. 6) “a sensibilidade é a capacidade de apreensão do que há no mundo sensível, mas este não se restringe ao mundo natural e inclui tudo o que nos cerca: natureza, objetos técnicos, formas simbólicas”. Nestes termos, as diversas experiências sensoriais relatadas pelos fãs do seriado envolvem um mundo maior, que vai além das conjecturas naturais, incluindo situações do ambiente ficcional da série e os múltiplos processos simbólicos vinculados aos modos de ser de um indivíduo.

Por meio dessas imagens e os relatos dos fãs da série, objetivou-se mostrar a complexidade relacionada a dois campos interacionais, o da ficção e da comunidade afetiva de *Game Of Thrones*. Em que a presença de um enredo denso, sustentada por temáticas de violência, fantasia, sexualidade, drama e aventura, possibilita a construção de experiências sensíveis com o público. Por isso Valverde (2008) afirma que a experiência estética se caracteriza pela imersão do espectador numa região do mundo sensível, local de uma inter-relação em ambos os campos.

Assim, um dos aspectos mais interessante na interação dos componentes da mídia, como a televisão por meio dos seus programas e a audiência, é o fato que o receptor se apropria do que lhe é mostrado, trabalha essa informação da maneira que achar mais conveniente, sem que a TV lhe diga se está correto ou não e, assim sendo, ele a verbaliza a partir de suas impressões, simbolizando um processo participante entre a televisão e seu público (SANTOS, 2006).

### **Considerações Finais**

O público de *Game Of Thrones* é envolto não somente pela qualidade de produção da série, mas por todas as sensações e experiências estéticas que ela estimula, desde as mais agradáveis às mais repulsivas. Apesar de acontecerem em um ambiente fictício, conflitos análogos às problemáticas reais do cotidiano fazem com que o telespectador se identifique com as situações apresentadas. “Dessa forma, o mundo ficcional é construído a partir de elementos do mundo real, mas com tamanha riqueza e complexidade, que, em alguns momentos, as fronteiras entre um e outro se esfumaçam” (Porto, 2013, p. 12).

---

<sup>23</sup> Esses relatos estão disponíveis nos fóruns de discussão <http://forum.iceandfire.com.br/forum.php> e <http://www.forumgeek.com.br/>

A construção do processo comunicacional dos fãs se traduz de diversas formas, seja pelo consumo ou comportamento, bem como na congregação de indivíduos que compartilham experiências e estabelecem certa relação de culto com o produto em questão. Porto (2013) afirma que isto é construído socialmente, por meio da interação entre grupos, objetos e suportes em uma trajetória de ações, as quais não são naturais, mas produzidas por um coletivo. Ou seja, o gênero narrativo seriado analisado possibilita experiências sensoriais e estéticas não somente de forma individualizada, mas construída de forma colaborativa dentro de uma comunidade afetiva.

## Referências

HERSKOVIC, Chantal. **Chegando em Springfield: Um estudo crítico sobre a série Os Simpsons**. 2005. 289 f. Dissertação (Mestrado em Artes Visuais) - Escola de Belas Artes, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2005.

**História da TV brasileira**. São Paulo: Coleção Cadernos de Pesquisa. 1977-2007. ISBN: 978-85-86196-22-5

SANTOS, Maíra Bianchini dos. **De I Love Lucy à Lost: Aspectos Históricos, Estruturais e de Conteúdo das Narrativas Seriais Televisivas Norte-Americanas**. Anais do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, Novo Hamburgo, Rio Grande do Sul, 2010.

SILVA, Marcel Vieira Barreto. **Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade**. Galáxia (São Paulo, Online), n. 27, p. 241-252, jun. 2014.

SILVA, Leonardo da. A representação do Brasil nos seriados televisivos norte-americanos. **Analecta**. Guarapuava, Paraná, v.12, n. 1, p. 49 - 70 jan./jun. 2011/2014.

SANTOS, Lidiane Rocha Dos. **Televisão: das mediações do imaginário à formação de identidades culturais**. 2006. 114 f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Comunicação) - Faculdade de Comunicação, Educação e Turismo, Universidade de Marília, Marília, 2006.

VALVERDE, Monclar. **Comunicação e experiência estética**. Anais do XVII Encontro Anual da Compós. São Paulo: UNIP / Compós, 2008.

PEREIRA, Vinicius Andrade. **Reflexões sobre as materialidades dos meios: embodiment, afetividade e sensorialidade nas dinâmicas de comunicação das novas mídias**. In: Revista Fronteiras VII(2): 93-101, mai-ago 2006.

PORTO, Adriana Corrêa. **O culto no universo fandom: experiência material e recepção**. Anais do VI Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

MONTEIRO, Tiago José Lemos. **O Fã-Clube Como Lugar De Memória: Esfera De Celebração e Disputa Simbólica**. Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Brasília, Distrito Federal, 2006.

MONTEIRO, Tiago José Lemos. **Autenticidade Juvenil: consumo midiático, investimento afetivo e disputa simbólica no interior de uma comunidade de fãs.** ECO-Pós, v.8, n.1, Janeiro-Julho 2005, pp.42-56.

VALVERDE, Monclar. **Gosto e comunicação: O papel da reflexão estética na teoria da comunicação.** Anais do XVI Encontro da COMPÓS, junho, 2007a, Curitiba.

GUIMARÃES, César Geraldo; LEAL, Bruno Souza. **Experiência mediada e experiência estética.** Anais do XVI Encontro da Compós. Paraná, 2007.