

A influência do método de distribuição de séries nas práticas da comunidade dos fãs brasileiros de *Stranger Things* (Netflix) e *Westworld* (HBO)¹

Rebeca da Silva NASCIMENTO²
Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), RJ

Resumo

O trabalho, que é parte de um estudo em andamento, tem como objetivo observar a cultura do fã de séries no cenário de transformações provocadas pela convergência das mídias. Atualmente, conteúdos não condicionados a plataformas ou horários atraem o fã para serviços de *streaming on demand* como a Netflix. Mas as séries continuam, em sua grande maioria, presas à grade de programação semanal. Com base nisso, o objetivo da pesquisa é explorar os efeitos que essas mudanças – na temporalidade e na forma de distribuição de conteúdo – estão causando nas práticas sociais do *fandom*. Para isso, o presente artigo apresenta uma análise piloto, onde será estudada a prática de fãs brasileiros na plataforma Banco de Séries e em blogs de resenhas de duas séries contemporâneas de canais e com formatos de distribuição distintos: *Stranger Things*, da Netflix, e *Westworld*, da HBO.

Palavras-chave: ficção seriada; fãs; Netflix; televisão; redes sociais.

Desde 2013, a Netflix tem revolucionado o mercado da ficção seriada internacional com sua nova forma de produção e distribuição de conteúdo, em que toda a temporada de uma série é lançada no serviço de *streaming on demand* de uma só vez, podendo ser assistida na plataforma, horário e número de episódios que o usuário desejar.

O novo momento trouxe ao vocabulário contemporâneo o termo *binge-watching*³, definido como a ação de assistir dois ou mais episódios de uma produção de uma só vez. O comportamento já era praticado pelos fãs através de boxes de DVD e downloads ilegais na internet, por exemplo, mas, nos últimos anos, tornou-se ainda mais popular, incentivado na comunidade de fãs e até mesmo motivador para cerca de 66% daqueles que assinam um serviço de vídeo *on demand*, segundo uma pesquisa da Nielsen feita em

¹ Trabalho apresentado na DT 4 – Comunicação Audiovisual do XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 7 a 9 de junho de 2018.

² Mestranda em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), e-mail: rebeca.n@live.com.

³ Definido pelo Collins Dictionary como “a palavra do ano” em 2015, após o consumo compulsivo de séries como *House of Cards* e *Breaking Bad*, facilitado pelo serviço de *streaming on demand* da Netflix. Disponível em <<https://www.theguardian.com/books/2015/nov/05/binge-watch-2015-word-of-the-year-collins>>. Acesso em 18 de abril de 2018.

2016⁴. Entre os americanos, o comportamento já é adotado por cerca de 73% dos consumidores⁵. No Brasil, em uma pesquisa feita em 2015 com fãs da série *House of Cards*, da Netflix, 89,3% afirmaram que assistiram dois ou mais episódios de uma vez, chegando até a ver toda a temporada de uma vez⁶.

A forma de negócio da Netflix, com o vídeo sob demanda, foi adotada por inúmeras empresas – inclusive de TV – como forma de inovar na distribuição de conteúdo, gerando a ideia de uma nova plataforma televisiva (MASSAROLO; MESQUITA, 2016). Olhando o cenário de consumo de séries, com as possibilidades de assistir o que, quando e onde quiser, é possível entender que vivemos “uma mudança em relação à ideia de temporalidade associada à televisão” (CASTELLANO, 2015).

Essas novidades, tanto na forma de distribuir quanto de assistir séries, são características do processo denominado convergência das mídias, que, segundo Henry Jenkins (2009), promove uma “mudança nos protocolos através dos quais estamos produzindo e consumindo mídia”. É através desse conceito que será possível nortear nesta pesquisa tanto as transformações vistas no âmbito tecnológico e nas estratégias de produção e distribuição, quanto nos novos hábitos dos fãs.

A convergência é tanto um processo corporativo, de cima para baixo, quanto um processo de consumidor, de baixo para cima. [...] Empresas de mídia estão aprendendo a acelerar o fluxo de conteúdo de mídia pelos canais de distribuição para aumentar as oportunidades de lucros, ampliar mercados e consolidar seus compromissos com o público. Consumidores estão aprendendo a utilizar as diferentes tecnologias para ter um controle mais completo sobre o fluxo da mídia e para interagir com outros consumidores. (JENKINS, 2009, P. 46)

A convergência das mídias vem sendo estudada através de diversos ângulos durante este século, ganhando cada vez mais espaço de discussão à medida que o rápido avanço da tecnologia impulsiona esse processo. Para se adaptarem à convergência, empresas como a Netflix se arriscam propondo novas formas de produção, distribuição e consumo e com isso motivam novos comportamentos nos fãs, que buscam ganhar cada vez mais autonomia ao assistir. Porém essas possibilidades criam um conflito com os tradicionais

⁴ Disponível em <<http://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2016/binge-bunch-two-thirds-of-global-vod-viewers-say-they-watch-multiple-episodes-per-sitting.html>>. Acesso em 18 de abril de 2018.

⁵ Disponível em <<http://variety.com/2017/digital/news/binge-viewing-tv-survey-millennials-1202013560/>>. Acesso em 18 de abril de 2018.

⁶ NASCIMENTO, Rebeca. Efeito Netflix: House of Cards e a nova forma de consumir séries na cultura da convergência. XL CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, Curitiba. São Paulo: Intercom, 2017. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2108-1.pdf>>. Acesso em 18 de abril de 2018.

modelos televisivos e fazem com que o fã precise se adaptar para assistir e repercutir na rede cada série de forma diferente.

A autora Amanda Lotz (2007; 2017), retrata em seus estudos o momento em que produtores e consumidores de mídia se encontram, marcado, sobretudo, pela descentralização. Ela pontua transformações que vemos diariamente, como as novas plataformas de mídia e as séries, conhecidas anteriormente como “de TV”, fora da televisão. Afinal, o que é televisão? O que é Netflix? Como cita Lotz,

Alterações no processo de produção - as práticas envolvidas na criação e circulação da televisão - incluindo como os produtores fazem programas de televisão, como os estúdios os financiam e como o público os acessa, criaram novas formas de usar a televisão que agora desafiam nossa compreensão básica desse meio. (2014, p. 4, tradução nossa⁷)

As mudanças e possibilidades nos formatos de produzir, distribuir e assistir de séries é um fato percebido e já estudado por muitos pesquisadores de comunicação, sugerindo inclusive o uso do termo “cultura de séries” (SILVA, 2014) para caracterizar um momento em que elas são alvo de interesse não só da comunidade de fãs.

A cultura das séries é o resultado da intensa atuação desses vetores [formas narrativas, contexto tecnológico, modos de consumo; inserção nossa], definindo-se como um cenário cultural singular com suas próprias e específicas dinâmicas de produção, circulação e consumo. [...] é fundamental aqui no Brasil que voltemos a atenção para essas dinâmicas, visto que elas estão presentes nas práticas culturais de inúmeras pessoas, influenciando novos roteiristas e diretores, tornando-se referência para nossos próprios programas. (SILVA, 2014)

Considerando esse momento, torna-se então, fundamental perceber também os efeitos de tantas mudanças no cotidiano do fã. Afinal, a forma de assistir a um conteúdo influencia nas práticas de repercussão desse conteúdo nas redes sociais? É de interesse saber se fãs têm alterado suas práticas sociais nas redes e se há conflitos positivos e negativos por conta de uma assistência fiel ou não à temporalidade tradicional da ficção seriada.

⁷ Alterations in the production process—the practices involved in the creation and circulation of television—including how producers make television programs, how studios finance them, and how audiences access them, have created new ways of using television that now challenge our basic understanding of the medium.

Novas dinâmicas de uma cultura de séries

Para entender o perfil do consumidor de séries da atualidade, é possível tomar a ficção seriada como produto a ser consumido em uma cultura de consumo pós-moderna que, com suas particularidades, afeta o consumo de mídia. O desejo por liberdade e instantaneidade dos fãs de séries é característico do comportamento do consumidor contemporâneo, que quer ter à mão uma variedade de produtos disponíveis e consumi-los o mais rápido possível para que assim possa, em seguida, consumir mais. “Estar em movimento” é o ideal buscado pelo consumidor atual (BAUMAN, 2008, p. 126) em uma sociedade onde os bens estão atrelados às relações sociais (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2009) e às emoções (ROBERTS, 2005).

É assim que os fãs, detentores de práticas culturais específicas e determinantes na forma com que leem os produtos de mídia (JENKINS, 2005), assistem de perto às grandes mudanças que ocorrem no cenário midiático. Como cita Sandvoss em *Fans: The Mirror of Consumption*,

“[...] tornou-se impossível discutir consumo da cultura popular sem fazer referência a fandom ou às teorias de fãs tanto quanto é quase impossível encontrar espaços da vida pública que não são afetados por eles” (SANDVOSS, 2005, p.3, tradução nossa)

Com uma estratégia de distribuição que busca alcançar justamente o *media fandom*⁸, a Netflix se estabeleceu como plataforma não só de conteúdo da TV e do cinema, passando a disponibilizar conteúdo original e oferecer aos assinantes a oportunidade de assistir uma temporada inédita de uma série sem a clássica interrupção semanal da programação televisiva. Sem as quebras da narrativa e com a prática do *binge-watching*, muitos usuários entendem ter uma experiência de diversão muito maior no conteúdo assistido (FREIRE, 2017).

Entretanto, o formato de distribuição adotado pela Netflix, tão comemorado por alguns espectadores, não é reproduzido na mídia tradicional, como os canais de televisão, que continuam limitando a programação às grades semanais (*appointment' viewing*), e nem mesmo em outros serviços de *streaming on demand*, como Amazon Prime e HBOGO. O público tem então a difícil missão de se adaptar a um lugar entre a obrigação de “saborear” assistindo aos poucos e a possibilidade de “devorar” o conteúdo desejado.

⁸ Em 1992, Jenkins apontou o *media fandom*, um grupo de pessoas que são fãs e acompanham diversos produtos de mídia, como séries, filmes e HQs, não se prendendo a apenas um produto específico da mídia.

Práticas comuns do universo do *fandom*, como a produção de resenhas críticas, os comentários na rede, a discussão de teorias e a cultura do *spoiler*, são passíveis de alterações considerando as mudanças na temporalidade do consumo de séries provocadas pela possibilidade do *binge-watching* ou pela “limitação” da grade semanal. De um lado, há um cenário tradicional, em que ele poderá usufruir dos intervalos de tempo para produzir e acompanhar críticas, compartilhar teorias com outros fãs e experimentar estratégias transmídia criadas pela produção do show para manter o interesse, por exemplo.

Já a tentadora possibilidade de maratonar permite uma imersão total em séries cada vez mais profundas em seus roteiros pensados como “filmes de 13 horas”⁹. O *spoiler*, ou o medo dele, é mais um fator influenciado pela temporalidade. As relações entre os fãs mudam já que, com a possibilidade de um consumo livre de grades de programação, cada espectador cria seu próprio tempo ideal para assistir.

Um exemplo desses dois cenários tão próximos, mas, ao mesmo tempo tão divergentes, são as séries *Stranger Things*¹⁰, que teve toda a primeira temporada lançada de uma só vez em 2016 pela Netflix, e *Westworld*¹¹, lançada no mesmo ano pela HBO no formato semanal¹². Mesmo com as diferenças na trama, as duas têm pontos em comum: ambas lançadas no mesmo ano, lideraram juntas as indicações ao Emmy 2017, conceituado prêmio do meio televisivo. Além disso, as duas têm comunidades de fãs que

⁹ Em seu discurso no Festival Internacional de Televisão de Edimburgo em 2013, o ator Kevin Spacey, protagonista de *House of Cards* da Netflix questionou: “Is 13 hours watched as one cinematic whole really any different than a film?”. SPACEY, Kevin. James MacTaggart Memorial Lecture, 2013. Disponível em <<https://youtu.be/bGQch6VBu1M>>. Acesso em 24 de abril de 2018.

¹⁰ Sinopse da série pelo site Banco de Séries: “Uma nostalgia aos clássicos dos anos 80, a série se passa na fictícia cidade de Hawkins, Indiana. Contando a história de um menino (Will), de 12 anos que desaparece sem deixar vestígios. Enquanto procuram por respostas, a família, os amigos e a polícia local mergulham em um mistério envolvendo experimentos secretos do governo, criaturas sobrenaturais e, ainda, uma menina misteriosa.” Disponível em <<http://bancodeseries.com.br/index.php?action=ss&serieid=10555>>. Acesso em 19 de abril de 2018.

¹¹ Sinopse da série pelo site Banco de Séries: “Westworld é um parque temático futurístico para adultos, dedicado à diversão dos ricos. Um espaço que reproduz o Velho Oeste, povoado por andróides – os anfitriões –, programados pelo diretor executivo do parque, o Dr. Robert Ford (Anthony Hopkins), para acreditarem que são humanos e vivem no mundo real. Lá, os clientes – ou novatos – podem fazer o que quiserem, sem obedecer a regras ou leis. No entanto, quando uma atualização no sistema das máquinas dá errado, os seus comportamentos começam a sugerir uma nova ameaça, à medida que a consciência artificial dá origem à “evolução do pecado” Disponível em <<http://bancodeseries.com.br/index.php?action=ss&serieid=8657>>. Acesso em 19 de abril de 2018.

¹² Apesar de disponibilizar a programação pelo serviço de streaming HBOGO e anunciar recentemente a assinatura do serviço online independente do canal a cabo, HBO e outros canais e serviços continuam lançando apenas conteúdos disponibilizados semanalmente, com dia e hora programados.

compartilham conteúdos similares na rede, como os comentários e resenhas, *spoilers* e – por conta das duas se tratarem de séries dramáticas de sci-fi/fantasia – teorias.

As práticas dos fãs de séries brasileiros e, em especial, do *fandom* dessas duas séries, serão então o meio pelo qual será possível entender e perceber as dinâmicas, as similaridades e as diferenças que são características no consumo e na recepção de séries com modelos de distribuição distintos.

Metodologia

O trabalho a ser desenvolvido, do qual este artigo faz parte do processo inicial, pretende gerar dados sobre o consumo de séries e as práticas dos fãs brasileiros, buscando contribuir para a evolução do estudo sobre o impacto das transformações midiáticas no comportamento dos consumidores de mídia, em especial, dos consumidores/fãs de séries, entendendo que, tanto o segmento de ficção seriada quanto os consumidores desse produto têm se tornado cada vez mais relevantes como objetos de observação pela pesquisa acadêmica atual.

Para entender as práticas dos grupos de fãs de *Stranger Things* e *Westworld* na rede, o presente artigo tem a proposta de explorar, primeiramente, um dos espaços de registro e interação online dos consumidores de séries: a plataforma Banco de Séries.

O Banco de Séries¹³, fundado em 2012, se autodenomina como “um site que mantém um registro de todas as séries de TV que você assiste, ajudando você a se organizar, informando os próximos episódios, as séries que você está atrasado e muito mais”. Algumas especificidades colocam o Banco de Séries próximo a uma rede social, já que os usuários podem adicionar amigos, compartilhar reações e têm acesso a um espaço de comentário para cada episódio.

Olhando a internet enquanto cultura, que considera o texto em espaços diferentes do offline, como comunidades virtuais, por exemplo (RECUERO; FRAGOSO; AMARAL, 2013), entendemos que a netnografia se apresenta como interessante para o “mapeamento dos perfis de consumo de seus participantes a partir de suas práticas comunicacionais nas plataformas sociais” (AMARAL, 2007).

É por isso que, ao observar o espaço de comentários de episódios das primeiras temporadas das *Stranger Things* e *Westworld* no site Banco de Séries, esperamos

¹³ Banco de Séries. Disponível em <<https://bancodeseries.com.br>>. Acesso em 18 de abril de 2018.

identificar se há diferenças na frequência de interação dos fãs, fator que pode ser afetado ou não pela forma de assistir em maratona.

Em um segundo momento, como análise complementar, iremos ainda explorar a frequência de publicações do gênero resenha crítica/review de episódios em blogs que têm séries de TV como tema principal. Faremos essa observação e catalogação nos blogs Ligado em Série, Série Maníacos e Mix de Séries, conhecidos pelo conteúdo especializado em séries.

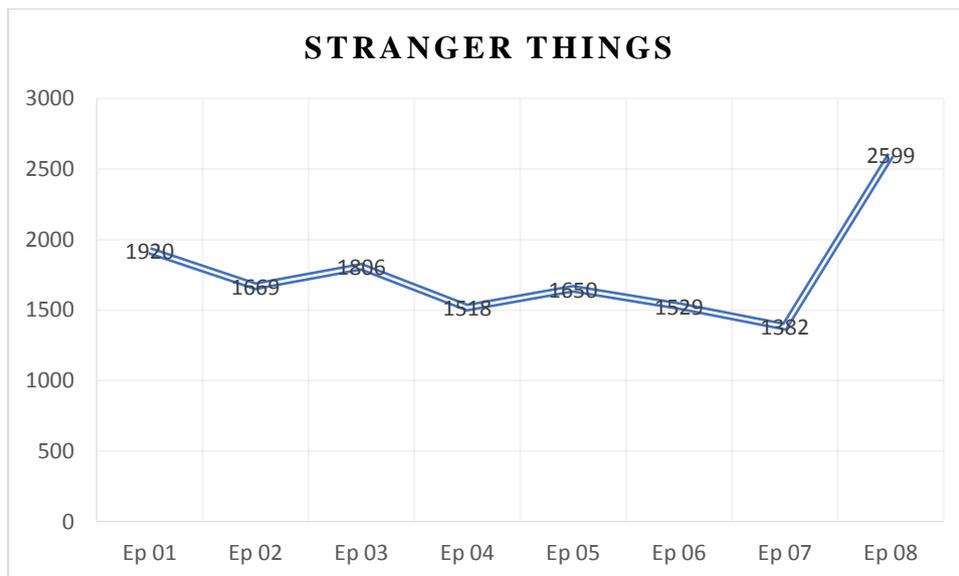
Fãs entre o devorar e o saborear

Na plataforma Banco de Séries, a série americana *Stranger Things*, que teve sua primeira temporada completa lançada de um só vez em 15 de julho de 2016 pela Netflix, registra¹⁴ 52.637 usuários que têm o conteúdo na grade. A nota média dos usuários é de 9.19 para a série.

Foi feita uma coleta de dados de comentários de todos os episódios da primeira temporada, desconsiderando comentários de comentários e curtidas em comentários (ações também muito frequentes na plataforma).

Como mostra o gráfico Figura 1, os momentos de maior número de comentários na temporada são o primeiro e o último episódio, sendo o episódio final notadamente o ponto de maior interação dos usuários na plataforma em relação à série, com 2.599 comentários.

Figura 1

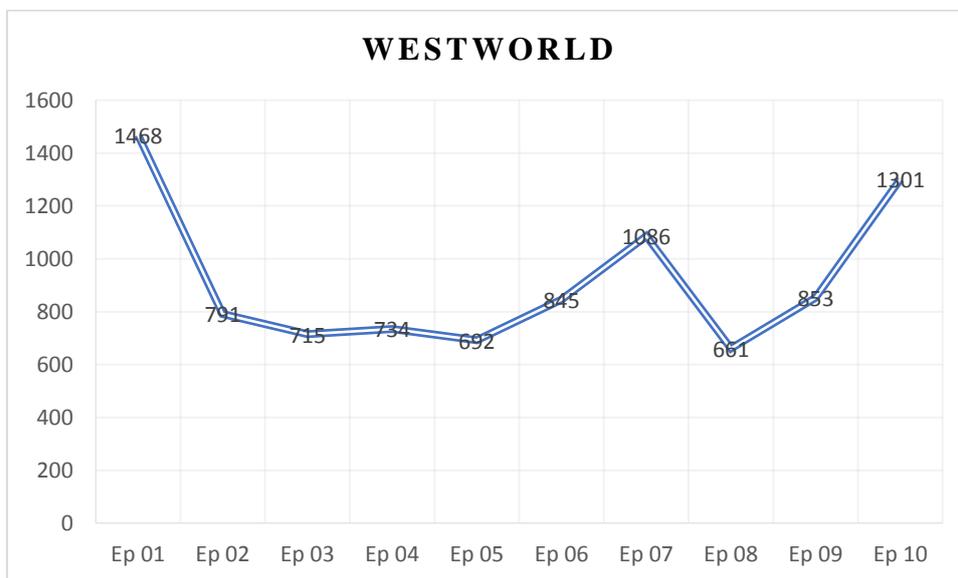


¹⁴ Dados coletados no dia 19 de abril de 2018.

De forma paralela, observamos no Banco de Séries o espaço da série americana *Westworld*, lançada em 2 de outubro de 2016 pelo canal de TV por assinatura HBO, com episódios transmitidos semanalmente aos domingos, no Brasil, às 23h, sendo liberada no HBOGO, serviço de *streaming* da HBO, paralelamente à transmissão da TV. Na plataforma observada, a série conta com 19.351 usuários ativos e nota 9.1.

Ao observarmos os dados referentes a comentários na primeira temporada da série na Figura 2, notamos certa similaridade na frequência de comentários entre os episódios 02 e 05. Entretanto, temos picos de interação, tanto nos episódios inicial e final, quanto no episódio 06, 09 e, de forma mais aparente, no episódio 07, onde acontece uma das maiores revelações da narrativa da temporada.

Figura 2



Ao compararmos os hábitos dos fãs nos espaços das duas séries, precisamos considerar também alguns fatores que podem ser influenciadores dos resultados apresentados. Um deles é o tempo que o conteúdo já está disponível online. Tanto *Stranger Things* quanto *Westworld* estão disponíveis *on demand* desde suas respectivas datas de estreia.

Ainda como análise complementar com objetivo de investigar as práticas dos fãs, considerando a forma como assistem uma série, foi feito um levantamento de postagens do gênero review/resenha crítica de episódios nos blogs Ligado em Série¹⁵, Mix de Séries¹⁶ e Série Maníacos¹⁷. O objetivo foi identificar se haviam diferenças na forma com

¹⁵ Disponível em <<https://www.ligadoemserie.com.br>>. Acesso em 24 de abril de 2018.

¹⁶ Disponível em <<http://mixdeseries.com.br/>>. Acesso em 24 de abril de 2018.

¹⁷ Disponível em <<https://seriemaniacos.tv/>>. Acesso em 24 de abril de 2018.

que um mesmo blog tratava uma série de exibição semanal e de temporada liberada integralmente. O critério para seleção dos blogs foi de sites que tivessem esse produto de mídia como foco principal do seu conteúdo. Além disso, eles foram escolhidos por serem bem ranqueados no Google e terem um número significativo de curtidas em suas respectivas páginas do Facebook.

Ao realizar-se a observação, percebeu-se que os blogs Mix de Séries e Série Maníacos mantiveram o comportamento tradicional em relação às resenhas de episódios. Nos dois casos, foi publicada uma resenha para cada episódio de cada série.

Já o blog Ligado em Série teve apenas um post¹⁸ do estilo resenha crítica para a primeira temporada da série *Stranger Things*¹⁹, publicado no dia 18 de julho, três dias após a estreia, levando o título “O espetáculo nostálgico de Stranger Things”. O texto, que traz o alerta de “sem *spoilers*”, traz um panorama da narrativa, destacando o papel dos atores e os motivos para o leitor assistir. O site não faz mais nenhum texto nos dias seguintes sobre o conteúdo dos episódios. Ao longo dos 34 dias que seguem a estreia, outros 13 posts são feitos sobre a série, mas sempre no caráter de notícia. Após o dia 22 de agosto, o conteúdo do site sobre a série passa a ser em grande maioria com especulações sobre a segunda temporada que havia sido cancelada.

Para a série *Westworld*²⁰, o site Ligado em Série fez 9 postagens do estilo resenha crítica ao longo dos pouco mais de dois meses que a série levou para ter seus 10 episódios transmitidos. Diferentes do título usado para a resenha de *Stranger Things*, a maioria das *reviews* da série que se passa no parque temático trouxe o padrão de títulos com número da temporada e do episódio (por exemplo: “Crítica | #Westworld 1×02: Chestnut”). Os episódios inicial e final trazem títulos mais gerais. O inicial com “Crítica | *Westworld* aborda a ficção de forma perturbadora e fascinante”²¹ e o final “Crítica | Grandes surpresas marcam fim da incrível 1ª temporada de *Westworld*”. Outras 27 publicações

¹⁸ Crítica | O espetáculo nostálgico de Stranger Things. Ligado em Série. Disponível em <<https://www.ligadoemserie.com.br/2016/07/critica-o-espetaculo-nostalgico-de-stranger-things/>>. Acesso em 21 de abril de 2018.

¹⁹ Conteúdo da série no site disponível em <<https://www.ligadoemserie.com.br/category/stranger-things/>>. Acesso em 21 de abril de 2018.

²⁰ Conteúdo da série no site disponível em <<https://www.ligadoemserie.com.br/category/westworld/>>. Acesso em 21 de abril de 2018.

foram feitas entre o primeiro e último episódio da série, com caráter noticioso, com teorias ou materiais complementares, como um podcast.

Conclusão

Ao entendermos esse novo momento das séries, que agora não são mais “de TV”, percebemos que as possibilidades são muitas. Afinal, como diz Jenkins, a convergência “ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais uns com os outros” (2009, p.30). O interesse que parte desse estudo é justamente olhar para o efeito da convergência nas interações entre fãs, entre fãs e os produtos que consomem e entre fãs e os conteúdos que produzem a partir do seu consumo.

Através dos dados levantados nessa pesquisa, vemos que as práticas sociais relacionadas a séries assistidas em *binge-watching* podem ser menores ou, no mínimo, diferentes, em relação às interações ligadas a um conteúdo serializado que é visto com pausas semanais. Entre os fatores que podem causar essas mudanças estão: o tempo hábil para comentários na rede entre um episódio e outro; a temporalidade individualizada que dificulta a troca de considerações sobre a série, já que pode provocar conflitos ligados a *spoilers*; e a prática de alguns sites que veiculam conteúdos sobre séries de não produzirem mais resenhas de uma produção capítulo a capítulo quando ela é liberada integralmente.

Essas mudanças sutis percebidas nesse trabalho indicam a necessidade de aprofundamento nesses estudos. As diferenças na frequência de comentários em séries com intervalos de transmissão distintos mostram um caminho ainda não explorado: o de fãs de séries que precisam se adaptar a um lugar intermediário, onde têm acesso a produtos iguais, mas que são distribuídos de formas diferentes. As diferenças de repercussão dos conteúdos em um dos blogs especializados que foi analisado também alerta para uma possível diminuição na produção de conteúdo de e para fãs de séries que são disponibilizadas integralmente e assistidas, em grande maioria, em *binge-watching*.

A partir disso, pode-se pensar em duas possibilidades: que fãs têm reagido de forma diferente a esses conteúdos, interagindo mais ou menos, dependendo da forma que assistem e do tempo de interrupção sobre cada série ou que eles têm desenvolvido novas estratégias de comportamento para interagir de forma similar nos dois tipos de conteúdo, driblando situações como *spoilers* e desencontros temporais em relação a outros membros da comunidade de fãs. É preciso, através de outras pesquisas e metodologias, identificar

novos comportamentos, apreender do fã opiniões sobre suas preferências ao assistir e perceber se esses novos comportamentos são ou não intencionais.

Além disso, pode ser objeto de nossos próximos estudos o que esses novos comportamentos e práticas inferem sobre o consumidor de séries da atualidade, e seu lugar na sociedade pós-moderna. Será que, ao invés dos consumidores “barulhentos” (JENKINS, 2009, p. 47), estamos presenciando a ascensão de um novo padrão de recepção em que a repercussão de um conteúdo na rede é sobreposta pela individualidade de cada consumo – no caso das séries assistidas em maratona?

A mudança nos formatos de produzir, distribuir e assistir de séries é um fato percebido e já estudado por muitos pesquisadores de comunicação. Torna-se necessário perceber também os efeitos no cotidiano do fã, ou seja, o impacto final da convergência. As transformações provocadas nos usos sociais das séries, nas relações entre os fãs de um mesmo conteúdo, e os conflitos positivos e negativos do uso de novos e tradicionais meios de distribuição de séries também devem estar em foco na pesquisa acadêmica atual em torno da ficção seriada televisiva.

Referências

AMARAL, Adriana. **Categorização dos gêneros musicais na Internet - Para uma etnografia virtual das práticas comunicacionais na plataforma social Last.fm**. In: FREIRE FILHO, J., HERSCHMANN, M. (orgs) *Novos rumos da cultura da mídia. Indústrias, produtos e audiências*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

CASTELLANO, Mayka. **“I do marathons (on Netflix)”**: as práticas dos fãs nas novas formas de ver e compartilhar TV. XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Rio de Janeiro, 2015.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**: para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

FREIRE, Maria Lourdes Balbinot De Lamônica. **Como a Maneira que Assistimos as Séries pode Influenciar a Percepção da Experiência do Consumo Midiático**. 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba, 2017.

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

_____. **Textual poachers**: television fans and participatory culture. New York: Routledge, 1992/2005.

LOTZ, Amanda D. **Portals**: A Treatise on Internet-Distributed Television. Michigan Publishing, University of Michigan Library, 2017.

_____. **The television will be revolutionized**. New York: New York University Press, 2014.

MASSAROLO, João Carlos; MESQUITA, Dario. **VÍDEO SOB DEMANDA: uma nova plataforma televisiva**. XXV Encontro Anual da Compós, Universidade Federal de Goiás, Goiânia 2016.

RECUERO, R.; FRAGOSO, S.; AMARAL, A. **Métodos de Pesquisa para Internet**. Porto Alegre: Editora Meridional, 2013.

ROBERTS, Kevin. **Lovemarks: O Futuro Além das Marcas**. São Paulo: M. Books, 2005.

SANDVOSS, Cornel. **Fans: the mirror of consumption**. Cambridge: Polity, 2005.

SILVA, Marcel Vieira Barreto. **Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade**. Galaxia (São Paulo, Online), n. 27, p. 241-252, jun. 2014. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542014115810>SILVESTONE, Roger. **Televisión y vida cotidiana**. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 1996.