

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO E ARTES
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PROPAGANDA E TURISMO**

HAMINE LAIS SOUSA FROTA

**EFEITO NETFLIX: RITUAIS DE CONSUMO DE FICÇÃO SERIADA TELEVISIVA
NA ERA DO STREAMING**

SÃO PAULO

2024

HAMINE LAIS SOUSA FROTA

**EFEITO NETFLIX: RITUAIS DE CONSUMO DE FICÇÃO SERIADA TELEVISIVA
NA ERA DO STREAMING**

Trabalho de conclusão de curso
apresentado à Escola de Comunicações e
Artes da Universidade de São Paulo para
obtenção de título de Bacharelado em
Comunicação Social com habilitação em
Publicidade e Propaganda.

Orientação: Prof. Dr. Bruno Pompeu

São Paulo

2024

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados inseridos pelo(a) autor(a)

Fruta, Hamine Lais Sousa
EFEITO NETFLIX: RITUAIS DE CONSUMO DE FICÇÃO SERIADA
TELEVISIVA NA ERA DO STREAMING / Hamine Lais Sousa Fruta;
orientador, Bruno Pompeu. - São Paulo, 2024.
64 p.: il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -
Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo /
Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São
Paulo.
Bibliografia

1. ficção seriada. 2. rituais de consumo. 3.
streaming. 4. consumo midiático. I. Pompeu, Bruno. II.
Título.

CDD 21.ed. -
302.2

Elaborado por Alessandra Vieira Canholi Maldonado - CRB-8/6194

Nome: Frota, Hamine Lais Sousa

Título: Efeito Netflix: rituais de consumo de ficção seriada televisiva na era do streaming

Aprovado em: ____ / ____ / ____

Banca:

Nome: _____

Instituição: _____

Nome: _____

Instituição: _____

Nome: _____

Instituição: _____

AGRADECIMENTOS

Eu tenho muito a agradecer e muitas pessoas a quem agradecer nesses anos de vida universitária.

Aos meus pais, que, mesmo com medos e incertezas, me apoiaram para que eu pudesse chegar até onde estou hoje e nunca desistiram de mim. Às minhas primas, que sempre enviaram fotos das crianças quando eu pedi. À minha família, obrigada por sempre me ligarem para participar dos aniversários, obrigada por, mesmo de longe, estarem sempre perto. Este trabalho não existiria sem o apoio de vocês.

Às minhas *roomies*, que foram essenciais ao deixarem minha vida em São Paulo mais leve e divertida. O apartamento 21 será sempre minha casa, mesmo quando ele não existir mais. Aos meus amigos, daqui e de lá, novos e antigos, obrigada por serem companhia quando eu mais precisei. Danie, Nay, Maris, Dine, Di, Thico, Gabi, Soph, Lari, Milla, Tais, Livia, Ju e muitos outros, muito obrigada. Obrigada por serem companhia nessa longa jornada, pelas chamadas de vídeo na pandemia, pelos rolês e pelo apoio quando eu achava que não ia conseguir.

À professora Fernanda Pessoa, pois sem suas aulas eu não teria entrado na Universidade de São Paulo. A todos os professores da UFPE, da AESO e da USP que fizeram parte do longo caminho que levou à conclusão deste trabalho, muito obrigada.

Ao meu orientador, que me ajudou quando precisei. Obrigada por aceitar me guiar neste trabalho, pelas aulas e por despertar em mim a vontade de ir além.

Ao *Måneskin*, que, mesmo não tendo tanta influência neste trabalho, me manteve sã através da música. A *Doctor Who* e à *Disney*, eventos canônicos que me fizeram escolher o caminho em que estou hoje. Engraçado como, às vezes, começar uma nova série pode mudar todo o rumo de uma vida.

Por fim, agradeço a mim mesma, que fiz algo inimaginável há cerca de quatro anos: concluí um TCC.

RESUMO

Este trabalho investiga a evolução da ficção seriada em audiovisual e o impacto das plataformas de streaming no consumo midiático contemporâneo. Inicialmente, através de uma revisão bibliográfica, traçamos a trajetória da ficção seriada desde o romance folhetim até o audiovisual contemporâneo, analisando como a internet e as plataformas de streaming transformaram o consumo cultural. Utilizando os modelos teóricos de McCracken (2007) e Perez (2020), exploramos os rituais de consumo das séries televisivas no contexto digital. Na segunda parte, por meio de entrevistas em profundidade com usuários de serviços de streaming, buscamos identificar e compreender os rituais de consumo e as mudanças no cotidiano dos espectadores. Este estudo pretende contribuir para a compreensão das novas dinâmicas de consumo de ficção seriada e suas implicações culturais na era digital.

Palavras-chaves: Ficção seriada. Rituais de consumo. Streaming. Consumo midiático.

ABSTRACT

This paper investigates the evolution of serial fiction and the impact of streaming platforms on contemporary media consumption. Initially, through a bibliographic review, it traces the trajectory of serial fiction from feuilleton novels to contemporary audiovisual media, analysing how the internet and streaming platforms have transformed cultural consumption. Utilising the theoretical models of McCracken (2007) and Perez (2020), it explores the consumption rituals of television series in the digital context. In the second part, through in-depth interviews with streaming service users, it seeks to identify and understand the consumption rituals and the changes in viewers' daily lives. This study aims to contribute to the understanding of the new dynamics of serial fiction consumption and its cultural implications in the digital age.

Keywords: Serial fiction. Consumption rituals. Streaming. Media consumption.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Modelo de transferência de significado de McCracken.....39

Figura 2 – Modelo de transferência de significado atualizado por Perez.....40

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Rituais de consumo de séries via streaming.....	58
--	----

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
1. ORIGENS DA FICÇÃO SERIADA TELEVISIVA CONTEMPORÂNEA	13
1.1 DO FOLHETIM À TELEVISÃO	13
1.2 A FICÇÃO SERIADA CONTEMPORÂNEA	18
1.3 MUDANÇAS NO FLUXO TELEVISIVO.....	23
1.4 A FICÇÃO SERIADA NO STREAMING.....	24
2. CONSUMO MIDIÁTICO.....	30
2.1 TRANSFORMAÇÕES CULTURAIS E MUDANÇAS NO CONSUMO MIDIÁTICO	30
2.2 O CONSUMO MIDIÁTICO NA ERA DO STREAMING.....	34
3. RITUAIS DE CONSUMO	38
3.1 RITUAIS DE BUSCA.....	40
3.2 RITUAIS DE COMPRA	42
3.3 RITUAIS DE USO	44
3.4 RITUAIS DE POSSE.....	46
3.5 RITUAIS DE DESCARTE.....	47
4. CONSUMO DE SÉRIES NA ERA DO STREAMING: ANÁLISE DAS ENTREVISTAS	49
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	59

INTRODUÇÃO

A ficção seriada desempenha um papel significativo nas diversas formas de entretenimento contemporâneas, abrangendo tanto meios impressos quanto audiovisuais. Originando-se no meio impresso, sua ascensão remonta aos folhetins do século XIX, nos quais capítulos sucessivos de uma mesma trama eram veiculados regularmente em jornais, permitindo aos leitores absorverem a história gradualmente. Com o advento da televisão, novas oportunidades narrativas surgiram, levando à adaptação do formato folhetinesco para essa plataforma. Esse processo não apenas consolidou a ficção seriada televisiva como uma forma de entretenimento socialmente relevante, mas também a transformou em um produto de considerável importância comercial.

As constantes evoluções tecnológicas têm modificado significativamente os padrões de consumo de conteúdo televisivo, impactando diretamente a forma como a ficção seriada é consumida. O termo "ficção seriada" abrange uma ampla gama de produtos audiovisuais, incluindo telenovelas, séries, minisséries, microséries, seriados e *sitcoms* (JACOBSEN et al., 2020). No contexto brasileiro, a telenovela assume uma posição de destaque cultural, porém, as produções norte-americanas ganham relevância considerável, especialmente com a disseminação global da internet, tornando-se uma presença significativa no cenário midiático brasileiro.

A expansão da internet não apenas contribuiu para a disseminação dos seriados norte-americanos, mas também estimulou o surgimento de novas modalidades de consumo de ficção seriada, que transcendem os formatos convencionais da grade televisiva linear. Nos últimos 10 anos, testemunhamos uma verdadeira revolução no consumo de mídia, impulsionada pelo advento dos serviços de streaming, que transformaram radicalmente a interação entre o público e o conteúdo audiovisual. Essas mudanças tecnológicas substanciais têm exercido uma influência direta nos hábitos de consumo de conteúdo televisivo, especialmente no que se refere à ficção seriada. As plataformas de streaming de vídeo oferecem uma vasta gama de séries e filmes sob demanda, concedendo aos espectadores o poder de escolher livremente o momento e a maneira de consumir, contrastando com o modelo convencional e linear da televisão tradicional.

As plataformas de streaming, embora tenham mais de uma década de existência, continuam a passar por constantes evoluções e adaptações. Anualmente,

novos estúdios lançam suas próprias alternativas, alimentando a competição no mercado de streaming, enquanto os modelos de assinatura se transformam e os preços flutuam. Nesse ambiente em mutação, o consumidor cada vez mais é dotado de poder de escolha e liberdade. Diante desse panorama dinâmico, torna-se imprescindível compreender os novos hábitos de consumo de ficção seriada que emergem a partir das oportunidades proporcionadas pelas plataformas de streaming.

Este trabalho tem como objetivo propor uma reflexão a respeito dos hábitos contemporâneos de consumo de ficções seriadas televisivas através de plataformas de streaming, buscando compreender a ritualística envolvida nesse processo. Através da análise desses hábitos, pretende-se oferecer uma compreensão mais profunda sobre como o público brasileiro consome essas narrativas, enriquecendo nosso entendimento sobre esse fenômeno cultural em constante evolução.

Para a parte inicial, será empregado o método de pesquisa bibliográfica, por meio da leitura de artigos, livros e outras publicações disponíveis online ou em bibliotecas. O capítulo 1 tratará da origem da ficção seriada, desde sua concepção inicial como romance folhetim até suas transformações ao longo do tempo, culminando no cenário contemporâneo do audiovisual no streaming. O Capítulo 2 abordará o consumo midiático e as transformações culturais e midiáticas provocadas pelo advento da internet e o surgimento das plataformas de streaming. O capítulo 3 examinará os rituais de consumo e sua manifestação no contexto da apreciação de ficção seriada televisiva por meio das plataformas de streaming, com base no modelo teórico proposto por McCracken (2007), o qual foi aprimorado e atualizado por Perez (2020).

A segunda parte desse trabalho trará uma abordagem empírica através de entrevistas em profundidades realizadas com consumidores de séries usuários de serviços de streaming, com o objetivo de identificar os rituais de consumo de ficção seriada televisiva citados no capítulo 3 e as mudanças provocadas pelo surgimento dessas plataformas no dia a dia das pessoas entrevistadas.

As mudanças resultantes da popularização do streaming exercem um impacto direto nos hábitos de consumo de mídia, alterando significativamente a maneira como as pessoas se relacionam com o conteúdo audiovisual. Compreender essas mudanças é essencial para um entendimento mais completo da sociedade contemporânea. Além disso, as transformações na indústria do entretenimento, impulsionadas pelo crescimento do streaming, estão redefinindo a dinâmica

tradicional da televisão linear. Isso não apenas afeta diretamente os consumidores, mas também os profissionais de comunicação, que precisam entender e se adaptar ao novo comportamento do público diante dessa evolução do entretenimento. Compreender os rituais de consumo de ficção seriada é essencial para a criação de estratégias comunicacionais eficazes e para a elaboração de campanhas publicitárias que se conectam de maneira mais relevante com o público. As mudanças causadas pela disseminação do streaming não apenas refletem, mas também moldam as tendências culturais e sociais em curso.

1. ORIGENS DA FICÇÃO SERIADA TELEVISIVA CONTEMPORÂNEA

1.1 DO FOLHETIM À TELEVISÃO

A divulgação de contos de ficção em periódicos franceses durante o século XIX representou um marco fundamental no surgimento da ficção seriada como um produto cultural. Tais narrativas desempenharam um papel crucial na integração das classes populares à cultura dominante (BARBERO, 1997). O avanço das tecnologias de impressão, aliado à crescente demanda popular, viabilizou o surgimento do folhetim, um fenômeno literário-cultural direcionado às massas. Este fenômeno não apenas refletiu as transformações sociais e tecnológicas da época, mas também influenciou profundamente a maneira como a literatura era consumida e apreciada pela sociedade.

A princípio, o termo folhetim designava a seção no rodapé da primeira página de jornais, onde eram apresentadas variedades de entretenimento (BARBERO, 1997). O folhetim, no sentido de um romance popular publicado de forma serializada, surge a partir da lógica capitalista que impulsionou a transformação dos jornais em empresas lucrativas. Este fenômeno conduziu à inclusão de narrativas ficcionais, escritas por autores da moda, nas páginas iniciais dos periódicos, visando atrair uma ampla audiência. A publicação serial de romances literários não apenas impulsionou o aumento das vendas e a redução dos preços, mas também ampliou o alcance do público leitor, cumprindo os objetivos capitalistas dos jornais, que buscavam tanto incrementar suas vendas quanto maximizar os espaços publicitários disponíveis. Além disso, beneficiou os escritores, conferindo-lhes maior visibilidade e reconhecimento (PENA, 2007).

Ao abordar temas cotidianos e representar pessoas anteriormente negligenciadas pela literatura, o folhetim conquistou uma audiência de massa. Indivíduos que antes estavam à margem da sociedade passaram a encontrar identificação com os personagens e tramas do romance folhetim. Graças ao formato parcelado de sua publicação, o folhetim possibilitou ao público uma interação direta com o autor e a influência sobre o desenvolvimento da narrativa.

Por meio do envio de cartas aos jornais, os leitores interagiam com a história, exercendo influência em sua trajetória, como ocorrido na obra “Os mistérios de Paris”, de Eugene Sue. Inicialmente concebida como uma narrativa sobre um turista da elite

explorando um país exótico - a periferia parisiense -, a história foi se transformando em resposta ao público que se identificou com esse “país exótico”. A inclusão de reflexões políticas e morais, motivadas pelo feedback dos leitores, provocou um convite à mudança na classe popular (BARBERO, 1997). “As pessoas do povo têm a sensação de estar lendo a narrativa de suas próprias vidas.” (BARBERO, 1997, p. 178). Essa interatividade entre autor e público, característica marcante do folhetim no século XIX, permitia que a trama fosse influenciada pelos anseios e perspectivas do público leitor. “Os mistérios de Paris” foi um grande sucesso. “Ricos e classe média descobriam o mundo dos pobres pelo folhetim e os pobres pediam a Sue que o protagonista ficcional, Rodolfo, os ajudasse.” (TORRES, 2012, p.2).

Conforme observado por Barbero (1997), é a partir da dialética entre escritura e leitura que se pode compreender melhor o folhetim como gênero literário, onde “o mundo do leitor é incorporado ao processo da escritura” (p. 179), deixando sua marca no texto. Dotado de uma estrutura técnica e composição delineada para atender aos anseios do leitor popular, o folhetim emprega uma série de artifícios destinados a cativar sua audiência. A fragmentação da narrativa em capítulos, publicados em intervalos espaçados, confere ao folhetim uma temporalidade que espelha a vida cotidiana, facilitando a identificação do leitor com os personagens e suas vivências.

Além disso, a distribuição espaçada dos capítulos também cativava os leitores, aguçando sua curiosidade com reviravoltas e eventos intrigantes ao final de cada segmento, com o intuito de instigar o desejo de acompanhar a próxima publicação. Outra estratégia frequente é o uso da redundância como recurso narrativo, visando reavivar a memória do leitor recorrente ou “esclarecer o leitor que pegou o bonde andando” (JACOBSEN *et al.*, 2020, p. 6). Esses elementos convergem para enriquecer a experiência de leitura do folhetim, estabelecendo uma conexão íntima entre autor e público que vai além dos limites da obra escrita.

O folhetim foi fundamental para o desenvolvimento de uma estrutura seriada de ficção (AFFINI; CAZANI JÚNIOR, 2013). A prática de dividir a história em capítulos, concluídos com ganchos que estimulam o interesse do leitor para o capítulo seguinte, é utilizada até os dias de hoje em narrativas desse tipo. Além disso, a interação entre o público e os escritores - ou, no contexto de narrativas serializadas no meio audiovisual, entre público e produtores - persiste como uma característica marcante. Esta dinâmica, presente desde os primórdios do folhetim, continua a ser um elemento na criação e na recepção das narrativas serializadas na atualidade.

O audiovisual, enquanto veículo para a narrativa ficcional, assume significativa importância. As mudanças tecnológicas que deram origem ao cinematógrafo propiciaram também o surgimento da narrativa visual,

as mutações nas potencialidades de expressão dramática, correlacionadas à introdução e subsequente disseminação dos dispositivos mecânicos de captura e transmissão de imagens em movimento (inicialmente, o cinema, seguido pela televisão e, por último, a internet), geraram novos produtos e modalidades discursivas, denominadas dramas (SILVA, M., 2015, p. 129).

A transição da máquina dos irmãos Lumière para um dispositivo artístico, iniciada por George Méliès, representa um marco crucial no desenvolvimento do cinema como uma forma de arte de alcance popular. Embora as raízes do cinema estejam na Europa, os eventos da Primeira Guerra Mundial aceleraram o declínio da indústria cinematográfica europeia, consolidando a supremacia dos Estados Unidos (BARBERO, 1997). Na América do Norte, o cinema evoluiu para se tornar um produto cultural altamente lucrativo, gerando retornos financeiros substanciais para os investidores e dando origem a uma indústria de valor comercial considerável. Este fenômeno não apenas reflete a capacidade do cinema de cativar e entreter as massas, mas também evidencia o papel fundamental dos Estados Unidos na modelagem e na expansão da indústria cinematográfica global.

Assim como aconteceu com o folhetim, o cinema desencadeou uma identificação profunda do público, majoritariamente composto pelas classes populares, com os personagens retratados na tela. As estrelas do cinema adquiriram uma importância considerável no imaginário coletivo, exercendo influência não apenas durante as projeções, mas também fora das telas, transcendendo a mera fascinação momentânea experimentada nas salas de cinema para se tornarem ícones da idealização de valores e comportamentos na vida cotidiana (BARBERO, 1997).

A consolidação dos Estados Unidos como epicentro da indústria audiovisual persiste até os dias atuais, estendendo-se além da produção cinematográfica para abranger também a criação de séries ficcionais. Os seriados televisivos americanos desfrutam de uma distribuição global abrangente, conquistando audiências de diversas nacionalidades ao redor do mundo. As celebridades da televisão americana frequentemente alcançam um status de estrela comparável, e por vezes até maior, em relação aos artistas do cinema, exercendo uma influência marcante sobre o público em uma variedade de assuntos e temas. Essa influência transcende as fronteiras da cultura popular, moldando percepções e comportamentos não apenas

nos Estados Unidos, mas também em muitos países onde essas produções são amplamente consumidas.

Outra dimensão que se destaca no contexto do cinema americano é a diversificação e consolidação dos gêneros narrativos cinematográficos, “rompendo-se com a mera transposição para o cinema de gêneros teatrais ou novelescos” (BARBERO, 1997, p.199). Gêneros como o *western*, uma epopeia de ação que retrata as lutas e aventuras dos pioneiros no oeste americano, foram fonte de grande sucesso entre o público. Essas produções não apenas conquistaram admiradores nos Estados Unidos, mas também se estabeleceram como referências fundamentais tanto no contexto do cinema hollywoodiano quanto no cenário cinematográfico global contemporâneo.

O advento e subsequente popularização da televisão representaram um marco significativo na evolução da narrativa ficcional, proporcionando-lhe um novo e atraente formato para o público. Este meio de comunicação massivo e visual não só introduziu novas formas de entretenimento, mas também desempenhou um papel crucial no desenvolvimento da cultura televisiva, especialmente no contexto brasileiro. A televisão no Brasil nasce influenciada pelas fundações estabelecidas pelo rádio, um meio de comunicação que já desempenhava um papel central na vida cultural do país. A transição de talentos e estruturas de programação do rádio para a televisão não apenas enriqueceu a oferta de entretenimento, mas também moldou profundamente a identidade da televisão brasileira, estabelecendo uma continuidade narrativa e uma conexão com o público já familiarizado com essas figuras e formatos.

Conforme apontado por M. Silva (2015), a narrativa dramatúrgica na televisão teve seus primórdios no formato do teleteatro, no qual peças teatrais eram encenadas ao vivo e transmitidas diretamente para os aparelhos dos telespectadores. O teleteatro não apenas inaugurou uma nova era na narrativa televisiva, mas também desempenhou um papel crucial na consolidação dos canais televisivos, fornecendo um conteúdo atrativo e de alta qualidade. Ainda segundo M. Silva (2015), o teleteatro não só capturou a imaginação do público, mas também contribuiu significativamente para o estabelecimento de estrelas exclusivas e autores de renome na esfera televisiva. O teleteatro, juntamente com programas de variedades e musicais, constituía a espinha dorsal da programação artística da televisão (LINS, 2012). Esse período pioneiro do teleteatro marcou o início da produção de conteúdo dramático na televisão.

O teleteatro, apresentado em uma única emissão e caracterizado por uma estrutura narrativa linear, com começo, meio e fim, representou uma inovação significativa na narrativa televisiva, proporcionando ao público a experiência de assistir histórias por meio da televisão (SILVA, M., 2015). No entanto, com o desenvolvimento do videoteipe e a necessidade de reduzir os custos de produção, o teleteatro gradualmente perdeu sua relevância. Esse declínio do teleteatro como principal forma de entretenimento televisivo foi impulsionado não apenas pela evolução tecnológica, mas também pela democratização do acesso à televisão, que expandiu sua audiência para além da elite de alto poder aquisitivo. A ampliação do público televisivo abriu caminho para a ascensão de produções seriadas com estruturas mais repetitivas e exploradoras de subgêneros, como *western*, que tinham o apelo de atrair um público mais amplo e diversificado.

Esses novos seriados introduziram de modo determinante a serialização, compondo universos narrativos em torno dos quais se desenvolviam histórias, com estrutura mais ou menos fixa, de caráter unitário, porém acerca dos mesmos personagens e situações possíveis. Com isso, essas séries operavam um processo complexo de repetição e de renovação, em cuja cerne estava também um determinante econômico: com elenco fixo, cenário repetido e, principalmente, situações dramáticas replicadas *ad infinitum*, as séries ganhavam uma característica procedural, ou seja, a cada episódio decorria uma história nova em torno de eventos condizentes a seus universos dramáticos: um crime novo a ser investigado, o retorno do inimigo sempre vencido e logo recuperado, uma doença de difícil cura, etc. (SILVA, M., 2015, p.135)

A adaptação do folhetim para a televisão consolidou de vez o fim do teleteatro enquanto produto cultural principal do entretenimento televisivo. A telenovela, uma adaptação contemporânea do folhetim, emergiu como uma força dominante na televisão, especialmente no Brasil, onde o romance melodramático conquistou uma ampla popularidade entre o público.

A telenovela é um dos produtos culturais audiovisuais mais relevantes da televisão brasileira, tendo se tornado uma parte essencial do dia a dia da população. Ao abordar temas do cotidiano, as novelas geram identificação entre os brasileiros, fazendo com que o público se veja representado nos personagens e nas situações retratadas. Além de sua função primordial como entretenimento, essas produções refletem e espelham a realidade social, explorando conflitos familiares, políticos e questões sociais que ressoam com o público (RIBEIRO; TUZZO, 2013). No contexto audiovisual brasileiro, as telenovelas desempenham um papel de destaque como um dos formatos mais bem sucedidos e populares.

As telenovelas desempenharam um papel significativo na popularização das ficções seriadas televisivas no Brasil. "Falar de telenovela brasileira é falar das novelas da TV Globo. São elas, sem dúvida, as principais responsáveis pela especificidade alcançada pela teleficção brasileira." (LOPES; MUNGIOLI, 2012, p.13). Essas produções consolidaram a Rede Globo como gigante no mercado audiovisual, com suas produções sendo reconhecidas internacionalmente e exportadas para diversos países. A exibição diária dos capítulos das telenovelas cria um ritmo que se assemelha à vida cotidiana, o que facilita a identificação do público com as tramas e os personagens, seguindo a tradição do folhetim francês.

Independente da categoria específica, seja telenovela, série, minissérie, seriado ou *sitcom*, as ficções seriadas televisivas incorporam estruturas narrativas que foram concebidas a partir dos modelos dramáticos iniciais. "Esses dois modelos dramáticos (o teleteatro e o folhetim), servem de solo para a definição do drama televisivo em sua mais vasta complexidade." (SILVA, M., 2015, p.136). Essa transição não apenas reflete a evolução da televisão como meio de comunicação, mas também destaca a continuidade das influências históricas na criação e na recepção das narrativas televisivas contemporâneas.

1.2 A FICÇÃO SERIADA CONTEMPORÂNEA

De acordo com Mittel (2006), a ficção seriada televisiva contemporânea se inicia na década de 1990, nos canais a cabo americanos. A ficção seriada contemporânea aqui seria não apenas as que estão contidas em um recorte temporal – no sentido de compartilhar uma mesma época – são os seriados que estão inscritos em seu tempo e em prolongamento para o futuro (SILVA, M., 2015).

A ficção seriada contemporânea surge como uma nova forma de entretenimento televisivo, com um modelo de *storytelling* distinto, com narrativas complexas, diferente do modelo de episódios seriais convencional, conquistando a crítica e o público (MITTEL, 2006). Essa complexidade narrativa constitui a característica central da ficção seriada televisiva contemporânea, destacando-se pela elaborada construção dos personagens, pela profundidade dos temas abordados, pela diversidade nos sistemas de exibição e pela interação dinâmica com a audiência.

A complexidade narrativa da televisão é baseada em aspectos específicos da narrativa que parecem ser particularmente adequados à estrutura de série que diferencia a televisão do cinema e a distingue dos

modos convencionais de formas episódicas e seriais. (MITTEL, 2006, p.29, tradução nossa)

A complexidade narrativa na televisão contemporânea é resultado de uma série de transformações na indústria midiática. Mudanças tecnológicas, tanto dentro quanto fora da tela da TV, juntamente com mudanças no comportamento dos telespectadores, têm sido os catalisadores para o desenvolvimento de narrativas cada vez mais complexas (MITTEL, 2006). “Uma influência chave no surgimento da complexidade narrativa na televisão contemporânea é a mudança na percepção da legitimidade do meio e seu apelo aos criadores.” (MITTEL, 2006, p. 30, tradução nossa).

A televisão tornou-se um meio atrativo para criadores e roteiristas, oferecendo-lhes maior controle sobre suas obras, em contraste com a hierarquia mais rígida dos diretores de cinema, o que contribuiu significativamente para o desenvolvimento da complexidade narrativa nas séries de ficção televisiva. Além disso, as séries de longa duração proporcionam oportunidades criativas que não são viáveis em filmes com duração limitada a apenas duas horas. Nesse contexto, roteiristas e criadores encontram nas séries uma plataforma para desafiar sua criatividade por meio da construção de personagens mais profundos e tramas contínuas (MITTEL, 2006). Essa liberdade criativa possibilitada pelo formato seriado permite uma exploração mais aprofundada de temas e personagens, resultando em narrativas mais ricas e envolventes para o público.

Conforme apontado por M. Silva (2015), nos seriados contemporâneos, os personagens são desenvolvidos de maneira mais complexa, caracterizados por falhas de caráter, mudanças de comportamento e ambiguidades morais, o que os diferencia das obras fixas e repetitivas que predominavam anteriormente. Essa abordagem mais profunda e multifacetada dos personagens contribui para a riqueza das narrativas televisivas, permitindo uma exploração mais aprofundada das nuances psicológicas e emocionais dos indivíduos retratados. “Em termos de construção de personagens, os arcos narrativos mais longos possibilitam por meio da criação de intrigas mais complexas o desenvolvimento de narrativas cumulativas.” (MUNGIOLI; PELEGRINI, 2013, p.31).

A criação de personagens mais complexos e multidimensionais tem se mostrado fundamental na evolução da narrativa televisiva contemporânea. Ao contrário dos personagens planos e superficiais frequentemente encontrados em

séries mais simplistas, os personagens mais humanizados estabelecem uma conexão mais profunda com o telespectador. Essa identificação aumentada permite um maior engajamento do público com a trama, pois os espectadores podem se identificar mais facilmente com as experiências, emoções e dilemas enfrentados pelos personagens. Assim, a construção de personagens mais ricos e autênticos não apenas enriquece a qualidade da narrativa, mas também fortalece o vínculo entre o público e a obra.

Na série *“Vampire Diaries”*, transmitida pelo canal aberto americano CW, o personagem Klaus é apresentado como o principal antagonista na segunda temporada, com motivações que entram em conflito com os interesses e o bem-estar do trio protagonista. No entanto, Klaus não é retratado simplesmente como um vilão unidimensional, sua caracterização é enriquecida por um *background* intrigante e profundo que justifica suas ações vilanescas. Essa ambiguidade em torno de Klaus cativou o público da série, levando a um interesse crescente por sua jornada, culminando no spin-off intitulado *“The Originals”*, no qual Klaus adquire um status de protagonista, explorando ainda mais sua complexidade como personagem central.

A complexificação das tramas nas ficções seriadas televisivas também é alcançada por meio da aplicação de diversas estratégias narrativas em sua construção. Essas estratégias incluem o uso de elipses, analepses e prolepses, que são recursos temporais narrativos utilizados para enriquecer a narrativa e oferecer uma experiência mais envolvente ao espectador (MUNGIOLI; PELEGRINI, 2013). Na elipse, eventos significativos são omitidos da narrativa, permitindo ao espectador preencher as lacunas com sua própria imaginação. Já a analepse consiste na inversão da ordem cronológica dos acontecimentos, revelando o passado dos personagens por meio de flashbacks, o que contribui para o desenvolvimento da história e dos personagens. Por fim, a prolepse envolve a antecipação de eventos futuros, proporcionando ao espectador vislumbres do que está por vir, criando expectativas e suspense.

A série *“Westworld”*, produzida pelo canal americano a cabo HBO, utiliza habilmente recursos temporais para enriquecer sua narrativa, especialmente ao longo de sua primeira temporada. A trama é apresentada ao telespectador de maneira fragmentada e não linear, resultando em uma confusão inicial. A princípio, o espectador não tem conhecimento da ordem cronológica dos eventos narrados, o que adiciona um elemento de mistério e intriga à série. Essa abordagem não convencional contribui significativamente para o interesse e o envolvimento do público com a trama.

À medida que a temporada avança e os enredos se desenrolam, as peças do quebra-cabeça começam a se encaixar, permitindo que o espectador compreenda a história como um todo. Esse processo de esclarecimento progressivo culmina em um desfecho revelador, proporcionando uma experiência narrativa satisfatória e recompensadora para o público.

Segundo Mittel (2006), complexidade narrativa, em seu nível mais básico, é a redefinição de formatos episódicos sob a influência de narrativas seriais. Não é necessariamente uma fusão de episódico e serial, mas um equilíbrio variável entre esses formatos. Enquanto no formato episódico convencional a trama é fragmentada em episódios individuais, no formato serial, a trama principal se desdobra em capítulos interligados, como comumente visto em telenovelas. É importante destacar a distinção entre capítulo e episódio, visto que cada uma dessas formas de segmentação em ficção seriada possui suas próprias características. No primeiro, a trama se desenvolve de forma gradual, com o capítulo não possuindo um enredo próprio, mas sim contribuindo para o desenrolar contínuo da trama principal. No segundo, há uma unidade na narrativa, os acontecimentos se desenvolvem em direção a uma conclusão da trama que se inicia no próprio episódio. A trama principal do episódio apresenta uma estrutura completa, com início, meio e fim, sendo apresentada, desenvolvida e resolvida em uma única emissão (SILVA, M., 2015).

Se no episódio o desfecho significa o resultado do clímax da ação dramática que supera e suplanta a trama para a emissão seguinte iniciar novo percurso, no capítulo, o desfecho é o auge de uma situação dramática que não se resolve, deixando em suspensão o desenrolar de uma das tramas desenvolvidas paralelamente. (SILVA, M., 2015, p.136)

As ficções seriadas televisivas contemporâneas apresentam uma síntese entre o formato episódico e o serial, estruturando-se em uma complexa narrativa que incorpora tanto tramas episódicas centralizadas quanto a expansão dessas tramas ao longo da temporada. Essa abordagem implica em uma hibridização dos formatos seriados clássicos, entrelaçando a narrativa entre elementos episódicos e contínuos (MUNGIOLI; PELEGRINI, 2013). Nas séries contemporâneas, embora os episódios individualmente apresentem tramas próprias que se concluem dentro da unidade do episódio, existe também um enredo maior, um arco narrativo, que se desenvolve ao longo de toda a temporada ou mesmo ao longo da série como um todo.

A complexidade da ficção seriada contemporânea reside em sua natureza híbrida, que incorpora elementos tanto do formato episódico quanto do serial. Nessa

abordagem, as narrativas se tornam cumulativas, com eventos e desenvolvimentos de episódios anteriores sendo retomados e integrados à trama em andamento (MUNGIOLI; PELEGRINI, 2013). Além disso, os personagens passam a ter memória do que ocorreu, refletindo as experiências passadas e evoluindo ao longo do tempo. Essa evolução narrativa foi facilitada por mudanças na programação das emissoras de TV. Anteriormente, os programas não eram necessariamente transmitidos em ordem, o que favorecia narrativas mais episódicas (MITTEL, 2006). No entanto, com o advento das emissoras a cabo e das tecnologias de gravação, os telespectadores passaram a ter maior facilidade para assistir aos seus programas favoritos em ordem cronológica, permitindo uma apreciação mais completa e aprofundada das tramas serializadas.

Mittel (2006) direciona sua análise para a complexidade narrativa nas séries norte-americanas; no entanto, séries de outras nacionalidades também se adequam a esse padrão contemporâneo. A série britânica *“Doctor Who”*, que teve início em 1963 com uma trama episódica de ficção científica, durante sua longa duração, evoluiu, tornando-se mais complexa. Os personagens foram sendo desenvolvidos de forma mais profunda e o universo da série se expandiu. Com o retorno da série em 2005, após seu encerramento em 1989, *“Doctor Who”* adquire a complexidade narrativa típica das séries contemporâneas. Além de apresentar personagens mais ricos em profundidade, a série também incorpora a dualidade episódica-serial, com grandes arcos narrativos que abrangem, por vezes, mais de uma temporada.

Outra característica das séries contemporâneas, evidente em *“Doctor Who”*, é a relevância do escritor/produtor, também conhecido como *showrunner*. Como já mencionado, a televisão proporciona aos escritores um maior controle sobre suas obras, e o *showrunner* desempenha um papel crucial na garantia de uma unidade de sentido à série, “seja pela supervisão do processo de escritura dos episódios, seja pelo estabelecimento de um padrão de encenação que garante replicação” (SILVA, M., 2014, p. 244). A nova fase de *“Doctor Who”*, popularmente chamada de *“new who”*, apresenta uma divisão clara de eras conforme o *showrunner* que estava no comando naquele momento. Cada *showrunner* confere sua identidade própria à narrativa, com aspectos visuais distintos e escolhas temáticas diferentes.

Ao longo de seus 60 anos de existência, *“Doctor Who”* conquistou uma vasta legião de fãs dedicados, cujo interesse transcende a simples exibição televisiva. Uma variedade de produtos, como livros, áudio dramas e quadrinhos, enriquece o universo

da série, mantendo uma coesão narrativa mesmo com publicações não necessariamente cronológicas. “*Doctor Who*” também se destaca como um exemplo de série que estimula seus fãs por meio de teorias elaboradas. Com arcos narrativos complexos, cada episódio oferece pistas que os fãs tentam decifrar, antecipando os próximos desdobramentos da trama.

1.3 MUDANÇAS NO FLUXO TELEVISIVO

Desde seu surgimento, a televisão ganhou destaque como principal fonte de entretenimento doméstico. Inicialmente, os telespectadores estavam limitados aos horários determinados pelas emissoras, sem opções de escolha na programação. “Durante muito tempo, a principal forma de espectralidade da ficção seriada era conhecida como “*appointment viewing*”, em que o consumo televisivo era dependente da programação da grade televisiva” (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2018, p. 693). Os canais organizavam sua programação de acordo com os horários de maior audiência, uma prática que persiste até os dias atuais, em que no horário nobre da televisão são transmitidas as principais telenovelas e telejornais.

O “*appointment viewing*” ou TV com hora marcada, era uma prática que possibilitava um tipo específico de sociabilidade entre os espectadores. Aqueles que sintonizavam nos mesmos programas da grade televisiva costumavam discutir os episódios exibidos no dia seguinte, principalmente no ambiente de trabalho, dando origem ao fenômeno conhecido como “*water cooler effect*” ou a conversa de bebedouro (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2018). Esse efeito era particularmente importante para os produtores de ficções seriadas televisivas, pois indicava um alto nível de engajamento do público com a narrativa. Dessa forma, para as emissoras, era crucial incluir momentos surpreendentes e ganchos envolventes nos episódios, a fim de garantir o interesse e a interação dos espectadores.

Com o surgimento de tecnologias como o VHS e o DVD, o espectador adquiriu um maior poder de decisão e controle sobre o que assistia, escapando do fluxo tradicional da televisão. A possibilidade de gravar programas para serem assistidos fora do horário oficial das emissoras conferiu ao espectador o chamado “*time shifting*” (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2018). O DVD, devido ao seu tamanho compacto, facilitou a comercialização de séries em boxes contendo temporadas completas, o que gerou a oportunidade de colecionar séries em casa (CASTELLANO; MEIMARIDIS,

2018) (MITTEL, 2006). Essas tecnologias impactaram a relação dos espectadores com a televisão, proporcionando o acesso fácil aos seus seriados favoritos. Isso não apenas permitiu que as pessoas assistissem aos programas conforme sua conveniência, mas também possibilitou aos fãs revisitar os episódios repetidamente, analisando momentos complexos, o que aumenta o engajamento do público com as produções de ficções seriadas (MITTEL, 2006).

A facilidade de acesso às obras, de hoje e de outrora, vem permitindo uma ampliação dos modos de assistir aos programas, seja nos próprios estudos acadêmicos, seja no envolvimento dos fãs com determinadas séries, gêneros e formatos. (SILVA, 2014, p.248)

Esses avanços tecnológicos revolucionaram o consumo de ficção seriada televisiva. O espectador não se encontrava mais dependente do fluxo televisivo tradicional linear, podendo assistir suas séries favoritas à livre demanda, libertando-se da grade de programação (AFFINI; CAZANI JUNIOR, 2013). A ascensão da internet desempenhou um papel crucial nessa libertação, revolucionando o acesso à informação ao criar um ambiente virtual vasto e diversificado. A digitalização dos conteúdos audiovisuais permitia o download, ainda que ilegal, de séries de TV por pessoas do mundo todo.

Com o advento de tecnologias como a banda larga, houve uma disseminação cada vez maior de conteúdo para a população (MENDONÇA MARCELINO *et al.*, 2020). As transformações trazidas pelo surgimento do ciberespaço também exerceram influência significativa sobre o fluxo televisivo. Novas formas de assistir TV surgiram, assim como novos modelos de produção. A internet “impulsionou a circulação das séries em nível global, para além do modelo tradicional de circulação televisiva” (SILVA, 2014, p.243).

1.4 A FICÇÃO SERIADA NO STREAMING

Os avanços tecnológicos que permitiram o surgimento e a ascensão da internet como um meio de comunicação global eficiente também possibilitaram mudanças nos métodos de transmissão da ficção seriada televisiva. A televisão deixou de ser simplesmente um aparelho isolado nas residências das pessoas e passou a ser um elemento conectado que ultrapassa fronteiras geográficas e temporais.

O conceito de televisão abrange uma complexidade de aspectos; seja como instituição, indústria, linguagem, fonte de informação ou forma de entretenimento, a televisão está em constante transformação, modificando-

se ao passo de mudanças tecnológicas e sociais e, ainda, conforme a dinâmica cultural de cada sociedade. (PINHEIRO *et al.*, 2016, p.119)

A internet possibilitou novas formas de acesso e participação nos processos de consumo de bens culturais, ampliando as opções de entretenimento por meio de um ambiente virtual de armazenamento com custo de manutenção acessível (BARBOSA *et al.*, 2020). Com as oportunidades oferecidas pela internet, a televisão deixou de ser exclusivamente um meio de transmissão em tempo real para se tornar cada vez mais associada a um tipo de mídia conhecido como arquivo (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2018).

Diante das mudanças observadas, surge uma tendência dominante no consumo de entretenimento: as plataformas de streaming. O streaming representa uma modalidade de distribuição de conteúdo midiático via internet, dispensando a necessidade de downloads ou armazenamento local de arquivos. Nesse formato, o usuário acessa e consome o conteúdo de maneira simultânea à sua transmissão (MENDONÇA MARCELINO *et al.*, 2020) (BARBOSA *et al.*, 2020). Atualmente, há duas formas principais de streaming: o streaming sob demanda, onde os arquivos são armazenados em um servidor e podem ser acessados a qualquer momento, e o streaming ao vivo, que é a transmissão em tempo real, similar ao que ocorre em programas de televisão (MENDONÇA MARCELINO *et al.*, 2020).

A popularização da televisão em plataformas de streaming tem suas raízes no surgimento da Netflix, uma empresa americana que teve início em 1998 como o primeiro site de venda e aluguel de DVDs. No ano seguinte, a Netflix inaugurou um sistema de assinaturas, permitindo que seus clientes alugassem DVDs de forma ilimitada, sem data de devolução ou multas de atraso, mediante o pagamento de uma taxa mensal. Foi em 2007 que a Netflix introduziu o sistema de streaming em sua plataforma, marcando o início de uma grande revolução no setor audiovisual. Sua expansão para a América Latina só ocorreu em 2011, até então, sua presença era restrita aos Estados Unidos e ao Canadá.

A Netflix ganhou destaque ao oferecer uma plataforma *on-demand*, na qual os espectadores podem escolher o que assistir conforme sua preferência (BARBOSA *et al.*, 2020). Essa abordagem possibilitou aos usuários acesso a conteúdo completo, sem as interrupções comerciais típicas da TV tradicional, facilitando a experiência de consumo e contribuindo significativamente para o sucesso de serviços do tipo.

Com a popularização dos serviços de streaming, a pirataria de séries televisivas tornou-se cada vez mais defasada, uma vez que essas plataformas facilitam o acesso aos produtos de entretenimento com apenas alguns cliques. O download ilegal, que antes era mais conveniente do que alugar um box de série em uma locadora, tornou-se menos atrativo com a chegada do streaming, que oferece uma alternativa mais acessível e facilitada (MENDONÇA MARCELINO *et al.*, 2020). Para os usuários, o streaming proporciona uma maneira fácil de consumir séries, enquanto para os produtores, representa um aumento no consumo de seus produtos por meios legais.

A princípio, a Netflix operava como um vasto catálogo de conteúdo audiovisual, oferecendo uma variedade de produções licenciadas de diferentes estúdios. No entanto, foi em 2013 que a empresa deu um passo significativo ao começar a produzir conteúdo original, marcando uma mudança fundamental na indústria da ficção seriada em escala global. As primeiras séries originais da Netflix não apenas conquistaram aclamação do público e da crítica especializada, mas também receberam os principais prêmios da indústria televisiva. Contudo, o aspecto mais marcante que verdadeiramente inaugurou uma nova era na produção e consumo de ficção seriada foi a estratégia de disponibilizar todos os episódios de uma mesma temporada de uma série inédita de uma só vez (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2016) (SILVA, A., 2015). Esse modelo de lançamento contrasta diretamente com os modelos tradicionais da TV e tem impactos significativos na lógica de produção, distribuição e consumo de conteúdo audiovisual.

Essa abordagem oferece ao espectador a liberdade de assistir a todos os episódios em uma única sessão, o que modifica a continuidade narrativa das séries. Dessa forma, o usuário não precisa esperar pelo próximo episódio, proporcionando uma experiência de visualização mais contínua e personalizada. Além disso, as séries produzidas para o streaming não são concebidas considerando as interrupções comerciais, como é comum na TV tradicional, o que resulta em uma estrutura narrativa mais fluida e coesa ao longo dos episódios. Esse formato permite que os criadores explorem narrativas mais complexas e profundas, sem a necessidade de se ajustarem aos intervalos comerciais, possibilitando uma imersão mais completa por parte do espectador.

A disponibilização de todos os episódios de uma mesma temporada de uma só vez incentiva uma prática que se popularizou exponencialmente a partir do surgimento das plataformas de streaming: o *binge-watching*. O termo em inglês significa assistir

de modo compulsivo e descreve a prática de assistir a vários episódios de uma série em sequência, que se tornou tendência no consumo midiático (SILVA, A., 2015, p. 7). A palavra “*binge*” carrega uma conotação negativa, sendo comumente associada a hábitos de consumo excessivo. No aspecto do consumo televisivo, alguns pesquisadores veem a prática do *binge-watching* com desconfiança, associando-a a transtornos psicológicos e depressivos (CASTELLANO, MEIMARIDIS, 2018).

O ato de assistir várias horas seguidas de uma mesma série não é uma prática recente e não surgiu exclusivamente com o advento do streaming. Desde a década de 1970, era comum que canais de televisão inserissem maratonas em sua programação, exibindo vários episódios seguidos de uma mesma série (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2018). No entanto, essa forma de consumo foi intensificada com o desenvolvimento tecnológico que permitiu o rompimento com o fluxo televisivo tradicional, escalonando até os dias de hoje. “A prática do *binge-watching* não é uma obrigação ao espectador, mas é uma possibilidade em meio a tantas formas de assistir ao produto.” (SILVA, A., 2015, p.11)

As séries produzidas para exibição diretamente nas plataformas de streaming seguem uma lógica estrutural atrativa para o *binge-watching*. A tendência do consumo de conteúdo de forma rápida e imediata faz com que as empresas busquem criar séries que sejam *binge-worthy*, que mereçam ser assistidas em uma só sentada.

Até o início dos anos 2000, as produções da televisão aberta consistiam em séries produzidas na lógica de temporadas, com 22 a 24 episódios, com exibições semanais, que podiam ter entre 20 e 22 minutos de duração para *sitcoms*, e 40 e 44 minutos para dramas e dramédias. Já na televisão fechada, as temporadas variavam de 13 a 16 episódios, com o tempo de duração para *sitcoms* podendo chegar a 30 minutos e o dos dramas muitas vezes ultrapassando a marca de uma hora, como acontece em diversos episódios de *Game of Thrones*, exibido pela HBO (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2016). Nesse sentido, tanto as produções da televisão aberta quanto da fechada são idealizadas para serem consumidas semanalmente ao longo de diversos meses do ano. (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2016, p.697)

As séries originais das plataformas de streaming geralmente apresentam um número menor de episódios em comparação com as produções da televisão tradicional. As séries originais Netflix, por exemplo, costumam ter entre 8 e 13 episódios por temporada, com durações variando de cerca de 20 a 30 minutos para séries de comédia e de 40 a 60 minutos para séries dramáticas (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2016). A característica *binge-worthy* das séries de streaming também

está relacionada à sua narrativa: quanto mais envolvente for a trama mais atrativa será para o *binge-watching*.

Desde a chegada da Netflix ao Brasil em 2011 até os dias atuais, diversos conglomerados de mídia lançaram suas próprias plataformas de streaming no mercado de entretenimento brasileiro. Empresas como Amazon, Apple, Disney e Warner Bros tornaram-se concorrentes na chamada guerra dos streamings, competindo diretamente com a Netflix e conquistando cada vez mais assinantes. Nesse contexto, a Netflix perdeu alguns conteúdos licenciados que passaram a ser exclusivos de plataformas de seus próprios estúdios e, como resposta, intensificou seus investimentos em produções originais para enriquecer seu catálogo. Em meio à intensa competição no mercado, ter um catálogo robusto e atraente tornou-se crucial para entrar na guerra dos streamings com chances de sucesso. Com a proliferação de diversas plataformas, os usuários enfrentam o dilema de escolher entre uma variedade de opções, pois assinar todas as plataformas disponíveis pode ser financeiramente prejudicial. Nesse contexto, as empresas de streaming precisam oferecer um amplo leque de conteúdos exclusivos e populares para atrair e reter assinantes.

No Brasil, a Rede Globo, gigante nacional no mercado audiovisual nacional, ingressou na guerra dos streamings com a criação do Globoplay em 2015. O catálogo do Globoplay inclui tanto produções originais quanto programas exibidos ou em exibição na TV Globo, além de produções internacionais, atraindo assim uma audiência mais ampla (MEIMARIDIS; MAZUR; RIOS, 2020). As telenovelas são o carro-chefe da Rede Globo, e isso se reflete em sua plataforma de streaming. Além de oferecer a possibilidade de assistir a novelas antigas da emissora, o assinante pode acompanhar as produções em exibição, com os capítulos sendo disponibilizados no mesmo dia de sua exibição na televisão aberta. Os assinantes do Globoplay podem acompanhar as telenovelas em sua totalidade, sem precisar alterar sua rotina de acordo com a programação da televisão linear.

O Globoplay também investe em produções originais, incluindo telenovelas, como foi o caso de "Todas as Flores", lançada em blocos semanais na plataforma, e que foi um sucesso junto ao público. Posteriormente, a telenovela foi exibida no canal aberto em uma versão editada. Com o objetivo de ampliar sua base de assinantes no Globoplay, a Globo adota uma estratégia de integração entre seu canal aberto e a plataforma de streaming. Por meio do método de "amostra grátis", o primeiro episódio

de produções disponíveis no catálogo é exibido na TV aberta, visando atrair mais assinantes (MEIMARIDIS; MAZUR; RIOS, 2020). Essa estratégia é empregada tanto para promover as produções originais da Globo, como no caso da novela “Todas as Flores”, quanto para destacar produções internacionais presentes no catálogo, como o drama americano “*The Good Doctor*”. Essa abordagem busca aproveitar a ampla audiência da televisão aberta para impulsionar o interesse e a adesão ao serviço de streaming, oferecendo aos telespectadores uma amostra do conteúdo disponível no Globoplay e incentivando-os a explorar mais conteúdo por meio da assinatura.

As facilidades trazidas pelas plataformas de streaming desempenharam um papel fundamental no crescimento de conteúdos considerados de nicho, possibilitando que produções antes restritas a um público específico ganhassem visibilidade e popularidade. Um exemplo marcante desse fenômeno são os dramas asiáticos, com destaque especial para os sul-coreanos, que já possuíam uma audiência nichada no Brasil. Com a chegada das plataformas de streaming, esses dramas experimentaram um aumento significativo em sua popularidade, conquistando um público ainda mais amplo. Atualmente, o catálogo da Netflix apresenta um número expressivo de produções sul-coreanas, ultrapassando a casa das centenas (MEIMARIDIS; MAZUR; RIOS, 2020). Os dramas asiáticos tornaram-se, assim, um grande atrativo para os assinantes da Netflix, enriquecendo a diversidade de conteúdos disponíveis e demonstrando o poder da plataforma em atender às demandas de um público cada vez mais diversificado.

As plataformas de streaming abriram caminho para modalidades inovadoras de consumo de ficção seriada televisiva, o que por sua vez tem um impacto profundo na produção e distribuição dessas séries nos dias de hoje. “Acompanhando os novos hábitos de comunicação, surgem os hábitos de consumo, bem como serviços para supri-los.” (ACEVEDO et al., 2021, p.228) As transformações impulsionadas pela tecnologia da internet e pelo streaming estão remodelando os hábitos de consumo dos telespectadores, resultando em uma experiência de visualização redefinida para o público em geral.

2. CONSUMO MIDIÁTICO

2.1 TRANSFORMAÇÕES CULTURAIS E MUDANÇAS NO CONSUMO MIDIÁTICO

A Web 2.0, conceito cunhado por Tim O'Reilly, um influente empresário do ramo da tecnologia, revolucionou a forma como as empresas utilizam a internet como plataforma para promover, distribuir e aprimorar seus produtos. Essa nova era da internet é caracterizada por uma cultura participativa, na qual os usuários desempenham um papel fundamental na criação e compartilhamento de conteúdo (JENKINS; FORD; GREEN, 2015). Essa transformação fundamental na natureza da internet teve um impacto abrangente e profundo no consumo midiático, influenciando desde a forma como as pessoas interagem com o conteúdo até os modelos de negócios das empresas de mídia.

A ascensão da Web 2.0 não apenas alterou a dinâmica da internet, mas também redefiniu a própria noção de interação e participação online. Neste cenário de constante evolução digital, a interação entre usuários e conteúdo se tornou uma peça central na experiência online. A era da Web 2.0 testemunhou um deslocamento significativo do consumo passivo para o envolvimento ativo dos usuários na criação e compartilhamento de conteúdo. Esta mudança fundamental na natureza da internet não só democratizou a produção de informação, mas também abriu novas possibilidades de conexão e engajamento entre os usuários, moldando não apenas a forma como as pessoas consomem mídia, mas também como se relacionam com ela.

Perez (2020) define o consumo como “processos de construção de vínculos de sentido entre marcas, produtos, serviços (materiais e imateriais) e pessoas, que pode se dar de várias formas” (p. 8). Esta definição ampla vai além da simples troca de mercadorias e abrange todos os processos que envolvem as relações de vínculo de sentido entre indivíduos e produtos ou serviços. No contexto do consumo de ficção seriada televisiva, essa definição se torna especialmente relevante, pois vai além do ato de assistir a um programa na tela. O consumo de séries inclui atividades como pesquisa sobre as produções, navegação nas plataformas de streaming em busca do conteúdo desejado, discussões nas redes sociais sobre o que está sendo assistido e uma infinidade de outras interações entre pessoas e séries, tanto no ambiente virtual quanto no físico. Consumir vai além de simplesmente assistir; é também se envolver, criar, e estabelecer conexões significativas com o conteúdo consumido.

Conforme destacado por Jacks e Schmitz (2016), o consumo midiático abrange aquilo que a mídia disponibiliza por meio dos principais veículos de comunicação e dos produtos veiculados por eles. Além disso, no contexto midiático, a oferta inclui não apenas os bens em si, mas também o estímulo ao consumo, que se manifesta através da apresentação de novidades, tendências, comportamentos, identidades, fantasias e desejos (JACKS; SCHMITZ, 2016). O consumo midiático pode ser compreendido como uma dimensão do consumo cultural, caracterizado pela apropriação e uso de produtos em que o valor simbólico prevalece sobre os valores de uso e de troca, ou onde estes valores se configuram subordinados à dimensão simbólica (CANCLINI, 1993). Nesse contexto, a dimensão simbólica dos produtos e das práticas midiáticas desempenha um papel central na construção de identidades individuais e coletivas, bem como na articulação de significados culturais.

A emergência da cultura de massas, derivada dos meios de reprodução técnico-industriais, como jornais, fotografia e cinema, além dos meios eletrônicos de difusão, como televisão e rádio, causou um impacto significativo na divisão entre cultura erudita e cultura popular que predominava até meados do século XIX (SANTAELLA, 2003). Com o advento das tecnologias de informação e comunicação, que possibilitaram o surgimento da internet, surgiu uma nova forma de cultura, denominada cultura digital ou cibercultura. Esse fenômeno cultural caracteriza-se pela interação intensiva entre indivíduos e tecnologia, transformando profundamente a maneira como as pessoas produzem, consomem e compartilham informações e conteúdo cultural.

A cultura digital, também conhecida como cibercultura, não emergiu diretamente da cultura de massas, mas sim foi gradualmente cultivada por meio de processos de produção, distribuição e consumo de comunicação, conforme descrito por Santaella (2003) como cultura das mídias. Esta última se posiciona como uma cultura intermediária entre a era da cultura de massas e a era da cultura digital. Santaella (2003) categoriza as eras culturais em seis tipos de formações distintas: cultura oral, cultura escrita, cultura impressa, cultura de massas, cultura das mídias e cultura digital. Importante ressaltar que essas eras não constituem períodos culturais lineares; uma era não substitui integralmente a anterior, mas sim se integra a ela, ocasionando ajustes e reconfigurações (SANTAELLA, 2003).

A cultura das mídias difere dos processos culturais característicos da cultura de massas, que era “essencialmente produzida por poucos e consumida por uma

massa que não tem poder para interferir nos produtos simbólicos que consome” (SANTAELLA, 2003, pp. 52-53). Ela estabelece uma dinâmica que capacita os consumidores a escolher entre diferentes produtos simbólicos. Nessa cultura, as informações circulam de uma mídia para outra, fluindo de forma suave e abrangendo tanto as camadas eruditas quanto as populares (SANTAELLA, 2003). Por exemplo, livros são adaptados para o cinema, shows ao vivo são transmitidos pela televisão e filmes são transformados em histórias em quadrinhos. Embora cada mídia tenha sua função específica, elas se interconectam. Dessa forma, a cultura das mídias acelera o trânsito entre as múltiplas plataformas disponíveis.

A introdução do computador e da internet desencadeou novos processos comunicacionais, marcando uma transição da cultura das mídias para a cultura digital. Essa mudança foi caracterizada por uma distribuição e difusão de informações mais intensificada, possibilitando uma interconexão global.

Fenômeno ainda mais impressionante surge da explosão no processo de distribuição e difusão da informação impulsionada pela ligação da informática com as telecomunicações que redundou nas redes de transmissão, acesso e troca de informações que hoje conectam todo o globo na constituição de novas formas de socialização e de cultura que vem sendo chamada de cultura digital ou cibercultura. (SANTAELLA, 2003, p. 60)

A convergência midiática é uma característica marcante da cultura digital, na qual todas as plataformas estão interligadas em um fluxo contínuo de conteúdo através de múltiplos canais de mídia, conferindo novos significados aos bens e serviços (JENKINS, 2015). Nesse contexto, a globalização se fortalece, uma vez que as fronteiras físicas não mais limitam o fluxo de informações. Por meio da globalização e das tecnologias digitais, os consumidores emergiram como protagonistas no processo criativo da indústria cultural, assumindo um papel ativo na construção de novos mercados (GOMES, 2016). Com o advento do digital, a televisão adquire uma nova dinâmica, tornando-se um meio interativo e bidirecional, no qual o espectador se transforma em usuário ativo (SANTAELLA, 2003). A circulação de conteúdos passa a depender significativamente da participação ativa dos consumidores (JENKINS, 2015). Dessa forma, a interatividade e o acesso tornam-se princípios fundamentais da cultura digital.

Na cultura digital, a convergência midiática não apenas conecta diferentes plataformas de mídia, mas também reconfigura a maneira como as pessoas interagem com o conteúdo. Através da interatividade proporcionada pelo ambiente digital, os usuários não são mais apenas receptores passivos de informações, eles contribuem

ativamente para a produção e circulação de conteúdo. Isso estabelece um ciclo de retroalimentação, no qual o *feedback* dos usuários influencia diretamente o desenvolvimento e a disseminação de novos conteúdos.

Na era digital, especialmente com a Web 2.0, ocorreu uma transformação significativa nos padrões de consumo. As lojas físicas, que antes dominavam o mercado, foram gradualmente substituídas pelo crescimento do comércio eletrônico. O e-commerce emergiu como uma força dominante na internet, impulsionando empresas como a Amazon a se tornarem gigantes do varejo online. Paralelamente, a dinâmica do consumo midiático passou por mudanças drásticas, facilitadas pela expansão das plataformas digitais. As redes sociais, em particular, desempenharam um papel crucial nesse cenário, tornando-se catalisadoras dos processos de construção de vínculos de sentido entre usuários e marcas. Essa interação direta entre consumidores e empresas redefiniu as estratégias de marketing e as experiências de consumo, ampliando a acessibilidade e a interatividade no cenário midiático contemporâneo.

As novas formas de sociabilidade, especialmente aquelas que surgiram nas redes sociais, representam um fenômeno relevante no contexto contemporâneo. Muitas dessas plataformas foram dedicadas à discussão e compartilhamento de bens culturais, como literatura, filmes, séries de televisão e outros produtos midiáticos (GOMES, 2016). Essa interação online proporcionou um ambiente propício para a troca de informações e opiniões sobre uma ampla gama de conteúdos culturais midiáticos. Ao longo de cerca de duas décadas, essa transformação sociocultural impactou significativamente a maneira como nos relacionamos com o tempo, o espaço e até mesmo o trabalho, redefinindo tanto a esfera pública quanto a privada. Essas mudanças em curso refletem a dinâmica contínua da sociedade contemporânea (GOMES, 2016).

Além disso, as novas formas de sociabilidade promovidas pelas redes sociais desempenharam um papel fundamental na transformação do consumo midiático. Ao fornecerem espaços virtuais para discussão e compartilhamento de conteúdo, essas plataformas influenciaram diretamente os padrões de consumo da sociedade contemporânea. Os usuários passaram a interagir ativamente não apenas com o conteúdo produzido pelos meios de comunicação tradicionais, como também com a produção cultural gerada por outros usuários nas redes sociais. Isso resultou em uma maior diversidade de fontes de informação e entretenimento, bem como em uma

participação mais ativa na criação e disseminação de conteúdo. Assim, a interseção entre as novas formas de sociabilidade online e o consumo midiático redefiniu a maneira como as pessoas consomem, produzem e se relacionam com a cultura na era digital. Essa mudança contínua reflete não apenas a evolução tecnológica, mas também as transformações sociais e culturais em curso na contemporaneidade.

2.2 O CONSUMO MIDIÁTICO NA ERA DO STREAMING

Como discutido anteriormente, os avanços tecnológicos desempenharam um papel fundamental no surgimento e popularização da internet, pavimentando o caminho para o crescimento do streaming como a principal forma de consumo de ficção seriada televisiva. Essa mudança na maneira como as pessoas acessam e consomem conteúdo audiovisual está diretamente ligada às inovações tecnológicas que permitiram a transmissão rápida e eficiente de dados pela rede mundial de computadores.

De acordo com os dados da pesquisa TIC Domicílios de 2023, 84% da população brasileira utiliza a internet, o que equivale a cerca de 156 milhões de usuários no país. Dentre esses usuários, 64% relataram utilizar a internet para consumir conteúdo audiovisual, representando um aumento significativo em relação a anos anteriores. Além disso, aproximadamente 45% da população acessa plataformas de serviços por assinatura para consumir esse tipo de conteúdo, demonstrando uma tendência de crescimento quando comparado aos 38% no ano de 2021. Esses números destacam a importância crescente da internet como meio de acesso a conteúdo audiovisual no Brasil e evidenciam o impacto das plataformas de streaming na forma como as pessoas consomem mídia no contexto contemporâneo.

O consumo de ficção seriada televisiva por meio de plataformas de streaming tem experimentado um crescimento constante nos últimos anos. O cenário atual é caracterizado pelo aumento tanto da quantidade de séries disponíveis nessas plataformas quanto da diversidade de opções de serviços de streaming disponíveis para os consumidores. Este fenômeno reflete não apenas a popularidade crescente das séries como forma de entretenimento, mas também a mudança nos hábitos de consumo midiático, com um número cada vez maior de espectadores optando por assistir conteúdo sob demanda, de acordo com suas preferências e horários disponíveis.

Diante da acirrada competição entre as empresas pelo engajamento dos consumidores, o uso de estratégias eficazes torna-se imprescindível para se destacar e conquistar a fidelidade do público. Nesse contexto, as redes sociais desempenham um papel fundamental como palco para o estabelecimento de relacionamentos entre marcas e consumidores. É por meio delas que as plataformas de streaming divulgam seus próximos lançamentos, compartilham conteúdo exclusivo e interagem de forma direta com os assinantes, construindo assim um vínculo mais estreito e personalizado. Destaca-se nesse cenário a Netflix, que adota uma abordagem única ao criar uma identidade de marca divertida, jovem e afetuosa. Tais características levaram alguns de seus seguidores a carinhosamente chamá-la de “Netinha”, evidenciando a proximidade emocional estabelecida com sua base de assinantes por meio das redes sociais.

As marcas já não são das organizações, mas têm seu valor no diálogo com seus consumidores (PEREZ, 2004), por isso a participação e o engajamento são determinantes da sobrevivência das marcas em tempos de alta competição e de múltiplas possibilidades de consumo. (TRINDADE; PEREZ, 2019, p. 12)

O evento TUDUM marcou uma importante iniciativa da Netflix em estreitar os laços com seus assinantes, proporcionando uma experiência única e imersiva no universo de suas produções originais. Realizado em junho de 2023, em sua segunda edição presencial no Brasil, o evento global reuniu diversos talentos renomados da Netflix para interagir com os fãs e divulgar as próximas novidades da plataforma. A presença de ícones do cinema hollywoodiano, como Arnold Schwarzenegger e Chris Hemsworth, adicionou um brilho especial ao evento, ampliando sua relevância e atratividade. Além da participação dos astros, o TUDUM ofereceu aos visitantes cenários imersivos e interativos, permitindo que os fãs se sentissem parte integrante de suas séries favoritas. Essa estratégia, realizada de forma gratuita, não apenas fortaleceu o vínculo emocional entre a Netflix e seu público, mas também gerou uma enorme repercussão nas redes sociais e na mídia, consolidando a marca como uma referência no mercado de entretenimento.

As convenções, como o TUDUM e a CCXP, ambas realizadas no Brasil, desempenham um papel crucial no cenário do consumo midiático contemporâneo. Estes eventos proporcionam um espaço privilegiado para os conglomerados de mídia se conectarem diretamente com os fãs, fortalecendo os laços entre o público e o conteúdo oferecido. Os fãs desempenham um papel fundamental no consumo de

entretenimento, especialmente no contexto das ficções seriadas disponíveis nos serviços de streaming. São eles que mantêm o interesse e a relevância das séries ao longo dos hiatos entre temporadas, através de discussões, teorias e engajamento nas redes sociais. Portanto, as convenções se tornam um ponto de encontro essencial para a comunidade de fãs, onde podem interagir com os criadores, elenco e outros entusiastas, enriquecendo ainda mais sua experiência como consumidores de entretenimento.

A produção de ficção seriada televisiva para as plataformas de streaming inaugura um novo modelo na experiência de seriefilia. Como mencionado anteriormente, as séries feitas especificamente para o streaming são caracterizadas por serem mais curtas, com menos episódios, e possuem um apelo irresistível para o *binge-watching*. Embora algumas plataformas optem por distribuir seus episódios no formato semanal tradicional, como é o caso do Disney+, o modelo de maratona, onde todos os episódios são disponibilizados de uma só vez, é o que ganhou maior adesão do público. Essa prática de assistir a uma temporada inteira de uma só vez trouxe consigo algumas mudanças significativas nos hábitos de consumo das séries. Parte do prazer de acompanhar uma ficção seriada está em tentar desvendar os mistérios da trama, entender o papel de cada personagem e explorar o universo narrativo ao longo do tempo (MUNGIOLI; PELEGRINI, 2013). No entanto, a ausência da necessidade de esperar entre os episódios pode diminuir a experiência de suspense e a oportunidade de criar teorias, uma vez que as respostas são prontamente entregues no episódio seguinte.

O público se habituou tanto ao formato de maratona que demonstra estranheza quando este não é seguido. Além disso, uma outra modalidade de consumo de ficção seriada televisiva que surge com as plataformas de streaming é o *binge-racing*, na qual os fãs se empenham em ser os primeiros a concluir uma série assim que ela é disponibilizada nas plataformas (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2018). Esse fenômeno implica em um consumo mais acelerado e impaciente das séries, refletindo uma dinâmica na qual a pressa para consumir o conteúdo muitas vezes supera a apreciação e a reflexão sobre a narrativa.

Devido à intensa atividade dos fãs nas redes sociais, onde comentários e interações sobre séries são comuns, cria-se um efeito de “caldeirão” exacerbado pela interatividade da internet. Não assistir a uma série no momento em que ela é lançada resulta em um sentimento de FOMO, ou *fear of missing out*, especialmente entre os

jovens, que se sentem excluídos por não estarem acompanhando a “série do momento” (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2019). O FOMO acaba alimentando o *binge-watching* e o *binge-racing*, à medida que os espectadores buscam desesperadamente recuperar o tempo perdido. Além disso, o temor de encontrar spoilers ao navegar nas redes sociais faz com que os espectadores queiram assistir às suas séries o mais rápido possível, a fim de evitar revelações indesejadas sobre o enredo.

A ascensão do streaming na indústria da ficção seriada televisiva representa uma mudança paradigmática no consumo midiático contemporâneo. O fenômeno do *binge-watching* e do *binge-racing* ilustra a voracidade dos espectadores por conteúdo, enquanto as estratégias de engajamento das plataformas, exemplificadas por eventos como o TUDUM, fortalecem os laços emocionais entre as marcas e seu público. Esse novo panorama ressalta a importância da tecnologia e da interatividade na moldagem das experiências de entretenimento e sinaliza um futuro em que a proximidade entre consumidores e conteúdo é essencial para o sucesso no mercado audiovisual.

3. RITUAIS DE CONSUMO

McCracken (2007), ao abordar os significados culturais em uma sociedade de consumo, concebe os consumidores e os bens de consumo como estações na via do significado, onde este último possui uma qualidade móvel. Em um mundo revestido de significado, a cultura atua como uma lente, influenciando a percepção do mundo, e como uma planta baixa, orientando como o mundo é moldado pelo esforço humano. “Em suma, a cultura constitui o mundo, suprindo-o de significado”(MCCRACKEN, 2007, p. 101)

O significado cultural flui através de suas várias localizações no mundo social, sendo absorvido do mundo culturalmente constituído e transferido para os bens de consumo. Estes bens vão além de sua função utilitária e valor de mercado, pois carregam consigo a capacidade de transmitir significados culturais. Seguindo essa lógica de mobilidade, o significado é assimilado do objeto e transferido para o consumidor individual, estabelecendo uma interação dinâmica entre o mundo cultural e o mundo dos consumidores (MCCRACKEN, 2007).

Em outras palavras, o significado cultural se localiza em três lugares: no mundo culturalmente constituído, no bem de consumo e no consumidor individual, movendo-se numa trajetória com dois pontos de transferência: do mundo para o bem e do bem para o indivíduo. (MCCRACKEN, 2007, p. 100)

McCracken (2007) identifica a publicidade e os sistemas de moda instrumentos de transferência de significados para os bens de consumo, permitindo que absorvam os significados do mundo culturalmente constituído. No entanto, Perez (2020) atualiza esse modelo, especialmente no contexto latino-americano, ao introduzir a telenovela como um terceiro instrumento significativo na transmissão de significados culturais para os produtos de consumo. Assim, existem três vetores de transferência de significados do mundo para os bens: a telenovela, os sistemas de moda e a ecologia publicitária. Esta última é concebida como uma ecologia publicitária no modelo atualizado por Perez (2020), pois a publicidade hoje é

entendida como uma ecologia publicitária (PEREZ, 2015, PEREZ e CORREA, 2018), quer pelas tecnologias disponíveis e incorporadas na criação e difusão, quer pela complexidade de possibilidades e hibridizações de formatos, temas, atores diversos, objetivos audaciosos, destinada a consumidores e clientes cada vez mais exigentes que têm de ser atendidos em prazos alucinantes e recursos que rareiam. (p. 50)

Sobre a transferência de significados dos bens de consumo para os consumidores, McCracken (2007) destaca os rituais de consumo como instrumentos

de movimentação. Ritual é uma forma de ação social, cujo propósito é manipular o significado cultural para facilitar a comunicação e a categorização tanto em nível coletivo quanto individual. O ritual oferece uma oportunidade para reafirmar, evocar, atribuir ou revisitar os símbolos e significados tradicionais da ordem cultural. Dessa maneira, ele se revela como uma ferramenta poderosa e flexível na manipulação do significado cultural. (MCCRACKEN, 2007) Todo ritual representa um sistema cultural de comunicação simbólica, onde a ação ritual é essencialmente performática. Hoje em dia, essa performance tornou-se amplamente midiaticável, ou seja, facilmente colocada em circulação e reproduzida em grande escala. Isso não apenas encoraja o compartilhamento com um público restrito, mas também a exibição para uma audiência mais ampla. (PEREZ, 2020).

Os rituais de consumo, como delineados por McCracken (2007), abrangem quatro categorias distintas: ritual de posse, ritual de troca, ritual de arrumação e ritual de despojamento. Contudo, no modelo atualizado por Perez (2020), esses rituais foram revistos e expandidos para incluir o ritual de busca, ritual de compra, ritual de posse, ritual de uso e ritual de descarte (ou reuso, reciclagem, ressignificação). Além disso, no modelo atualizado, percebe-se uma mobilidade circular dos significados, indicando que não apenas há uma transferência unidirecional de significados do mundo para os bens e dos bens para os consumidores, mas também uma transferência bidirecional de significados das pessoas para os bens e dos bens para o mundo culturalmente constituído, ocorrendo em uma interação contínua de significação e ressignificação (PEREZ, 2020).

Figura 1 – Modelo de transferência de significado de McCracken

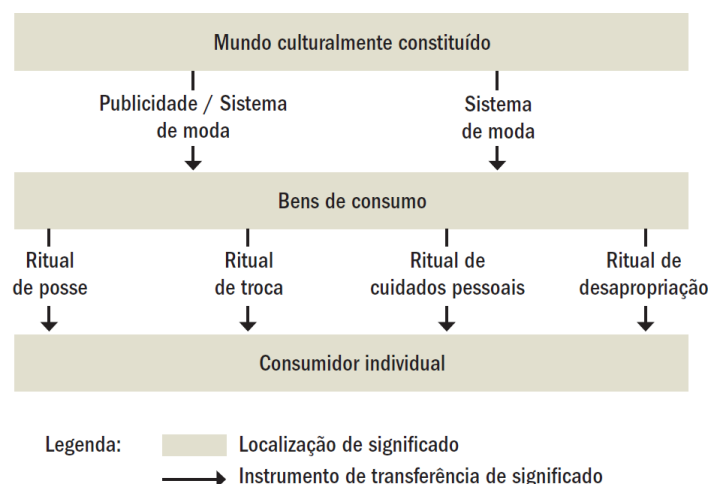


Figura 2 – Modelo de transferência de significado atualizado por Perez



Fonte: Perez, 2020, p. 52

3.1 RITUAIS DE BUSCA

O ritual de busca envolve uma série de ações de seleção e recolha de informações, algumas de maneira intencional e outras bem menos deliberadas como quando estamos folheando uma revista, passeando pelas ruas em um *flâneur* displicente ou navegando pela rede sem uma busca específica. (PEREZ, 2020, p.52-53)

No contexto do consumo de ficção seriada por meio das plataformas de streaming, as práticas ritualísticas de busca assumem diversas formas, sendo conduzidas principalmente através da exploração das redes sociais. Nesse cenário, os espectadores se engajam tanto de forma passiva, ao absorverem informações sobre as séries em destaque, quanto de maneira ativa, ao procurarem detalhes específicos, como os próximos lançamentos, nas páginas das plataformas de streaming.

Além disso, a busca por conteúdo ocorre ao assistir vídeos de influenciadores especializados em entretenimento, como Alice Aquino, do canal "Ali e Aqui", e Michel Arouca, do canal "Série Maníacos", ambos no YouTube. Esses influenciadores desempenham um papel crucial ao fornecerem análises, críticas e recomendações sobre as séries, influenciando as decisões de consumo e alimentando o interesse do público por determinados conteúdos. Os influenciadores de entretenimento desempenham um papel significativo nesse ritual de busca, ao compartilharem informações e opiniões sobre séries com seu público. Muitas vezes, eles divulgam

séries de forma gratuita, sem vínculos contratuais com as empresas de streaming, agregando valor ao conteúdo por meio de análises e avaliações detalhadas. Esses influenciadores são frequentemente reconhecidos como autoridades em suas áreas, com opiniões que são valorizadas e seguidas por aqueles que os acompanham.

As convenções, mencionadas no capítulo anterior, representam um ambiente propício para o público conhecer novas séries. Além dos fãs poderem interagir com conteúdos das suas séries favoritas, as empresas de entretenimento também fazem uso dessas feiras para divulgar seus produtos. Através de painéis com os atores, diretores e roteiristas, os estúdios engajam com o público-alvo, que fica empolgado para acompanhar as ficções seriadas televisivas. Além dos painéis, são realizadas ações imersivas que proporcionam aos participantes brindes como pôsteres ou *pins* exclusivos dos eventos, incentivando-os a levar para casa e lembrarem-se da nova série ou temporada que está por vir.

A distribuição de códigos promocionais durante esses eventos é uma prática comum. Esses códigos oferecem aos participantes a oportunidade de acessar gratuitamente as plataformas de streaming por um período determinado, incentivando-os a explorar o catálogo de conteúdo disponível. Essa estratégia não apenas aumenta a conscientização sobre os serviços de streaming, mas também atrai novos assinantes, que podem se tornar clientes pagantes no futuro. Além disso, ao oferecer acesso gratuito aos participantes das convenções, as empresas de streaming podem gerar *buzz* em torno de suas séries e filmes, aumentando ainda mais a antecipação e o interesse do público.

A renomada empresa de tecnologia Apple, reconhecida mundialmente por sua linha de produtos que inclui celulares, tablets e computadores de alta qualidade, também oferece um serviço de streaming próprio denominado Apple TV+. Uma estratégia adotada pela empresa consiste em fornecer um ano de assinatura gratuita do serviço aos consumidores que adquirem seus novos produtos, constituindo uma forma eficaz de *sampling*. Tal prática visa não apenas a fidelização do cliente, mas também a expansão da base de assinantes do serviço de streaming. Essa tática não apenas incentiva a fidelidade à marca Apple, mas também ajuda a promover o conteúdo exclusivo disponível no Apple TV+, competindo com outras grandes plataformas de streaming.

A exploração das plataformas de streaming também se enquadra como uma ação ritualística de busca. Os serviços de streaming transformaram significativamente

a maneira como consumimos ficção seriada televisiva, oferecendo uma vasta gama de opções sob demanda para os usuários. No entanto, o cenário atual é caracterizado por uma superabundância de escolhas, tanto em termos de plataformas quanto de conteúdo, resultando em uma condição conhecida como “*choice fatigue*”, a fadiga de escolha, fenômeno observado no consumidor contemporâneo, que se vê confrontado com um número esmagador e praticamente infinito de opções em uma era de abundância (SAMUEL, 2017).

Para lidar com esse dilema, os algoritmos desempenham um papel crucial ao auxiliar os consumidores na seleção do que assistir, oferecendo recomendações personalizadas com base nos comportamentos dos consumidores dentro da plataforma. Esses algoritmos são treinados para analisar os padrões de interação e identificar as preferências individuais dos usuários, permitindo assim uma experiência de navegação mais eficiente e direcionada. “Cada comportamento nosso na plataforma alimenta o algoritmo treinado para encontrar as recorrências e delas chegar às preferências.” (PEREZ, 2020, p.37). Essa abordagem permite que o consumidor economize tempo ao ser apresentado a opções mais alinhadas com seus interesses e preferências pessoais, criando uma sensação de escolha personalizada dentro do vasto catálogo de conteúdo disponível.

3.2 RITUAIS DE COMPRA

O ritual de compra é caracterizado pela troca de produto, serviço ou acesso, como acontece nas assinaturas, por exemplo, por um determinado meio de pagamento. A compra é o fundamento do comércio. É o ritual mais estudado, mesmo que muitas vezes não na sua complexidade processual. Normalmente intermediadas por meios de pagamento que não cessam em evoluir, ainda que por centenas de anos tenham se fixado na moeda em metal e, posteriormente, no papel moeda. Agora para além dos cartões de crédito e débito, transferências digitais e bitcoins entram em cena, ampliando as transações imateriais. (PEREZ, 2020, p. 53-54)

No contexto das plataformas de streaming, a compra se concretiza por meio da adesão aos planos de assinatura, que oferecem uma variedade de opções para os consumidores. Esses planos podem variar em termos de preço, duração e benefícios oferecidos, permitindo aos usuários escolherem a opção que melhor se adapta às suas necessidades e preferências. Ao aderir a um plano de assinatura, os consumidores garantem acesso ilimitado ao catálogo de conteúdo da plataforma,

podendo desfrutar de uma ampla variedade de filmes, séries, documentários e outros programas de entretenimento sob demanda.

A Netflix, líder mundial no mercado de streaming, oferece aos assinantes brasileiros três modalidades de planos com valores de R\$ 55,90, R\$ 39,90 e R\$ 18,90. No entanto, a última opção, com o valor mais baixo, inclui anúncios, o que foge um pouco da proposta inicial do streaming, que é proporcionar uma experiência livre de interrupções publicitárias. Em 2023, a Netflix surpreendeu seus usuários ao anunciar o fim do compartilhamento de senhas, uma prática comum entre os brasileiros que costumavam dividir os custos da assinatura com amigos e familiares que viviam em outras residências. Curiosamente, essa prática chegou a ser incentivada pela empresa em anos anteriores. A proibição do compartilhamento de senhas foi uma estratégia da Netflix para aumentar seu número de assinantes, já que muitos usuários compartilhavam os custos com mais de quatro pessoas. Apesar das reações iniciais negativas por parte do público, a medida se mostrou positiva para a empresa, resultando em um aumento significativo no número de novos clientes.

A estratégia de proibir o compartilhamento de senhas não ficou restrita à Netflix. Outros serviços de streaming, como Disney+ e Max, pertencentes aos grandes conglomerados de mídia Disney Company e Warner Bros. Discovery, respectivamente, também aderiram a essa prática no ano de 2024. Essa decisão segue uma tendência iniciada pela Netflix e reflete a preocupação das empresas em garantir uma base sólida de assinantes e preservar sua receita. Ao proibir o compartilhamento de senhas, esses serviços buscam promover uma distribuição mais equitativa dos custos de assinatura e aumentar sua rentabilidade a longo prazo.

A Globoplay, plataforma de streaming brasileira, também oferece uma variedade de planos para seus assinantes, com valores mensais que variam de R\$ 17,90 a R\$ 54,90, dependendo da quantidade de conteúdo disponível em cada modalidade de assinatura. Além disso, a Globoplay estabeleceu uma parceria com a Disney, possibilitando a oferta de planos de assinatura conjuntos com as plataformas dessa empresa. Essa estratégia de parceria amplia ainda mais as opções para os consumidores, proporcionando acesso a um amplo catálogo de conteúdos de entretenimento, que abrange desde produções nacionais até títulos internacionais de renome.

A principal forma de pagamento para essas plataformas são os cartões de crédito e de débito, o que facilita a cobrança mensal das assinaturas. Essa modalidade

de pagamento oferece conveniência aos usuários, permitindo que as assinaturas sejam renovadas automaticamente a cada ciclo de pagamento. No entanto, para atender àqueles que não possuem cartões de crédito ou preferem outras formas de pagamento, a Netflix também disponibiliza os cartões pré-pagos. Os cartões são vendidos em diversos estabelecimentos comerciais, como lojas de varejo e farmácias, oferecendo uma alternativa acessível e prática para adquirir créditos de assinatura. Essa diversidade de opções de pagamento reflete o compromisso das plataformas de streaming em garantir a acessibilidade e a conveniência para todos os seus usuários, independentemente de suas preferências ou condições de pagamento.

No contexto da ficção seriada televisiva, a compra vai além das simples assinaturas de plataformas de streaming. Produtos licenciados, abrangendo uma variedade de itens, conquistam os fãs, expandindo o alcance das produções além das telas. Embora a venda de *merchandise* de produções televisivas não seja uma prática nova no mercado, a era contemporânea do consumo de séries, marcada por um interesse exagerado por parte dos espectadores, resultou em uma disponibilidade muito maior de produtos relacionados.

A Netflix, líder no mercado de streaming, se destaca por seu foco exclusivo em oferecer entretenimento digital, diferenciando-se das demais plataformas que exploram diversas fontes de lucro. No entanto, em um movimento estratégico, a Netflix iniciou parcerias de licenciamento com marcas brasileiras renomadas, como Cacaú Show e O Boticário, no ano de 2021. Essas colaborações resultaram na produção e venda de produtos temáticos, trazendo para o mercado uma ampla variedade de itens com o selo das populares produções audiovisuais da plataforma. Diversificando as fontes de receita da Netflix e fortalecendo a conexão emocional entre as séries e seu público, oferecendo aos fãs a oportunidade de se envolverem ainda mais com suas histórias favoritas fora do ambiente digital.

3.3 RITUAIS DE USO

Os rituais de uso são os mais interessantes pois revelam a criatividade e os modos de incorporação da cultura material na vida cotidiana das pessoas, no melhor sentido do que Michel de Certeau (1994) chamava de “liberdade gazeteira”. As pessoas podem ser manipuladas pela atuação persuasiva da publicidade e das marcas, no entanto, são capazes de apropriações inimagináveis por parte de engenheiros, designers ou publicitários. No cotidiano é que se estabelecem de fato as relações de consumo, muitas vezes, à margem do que desejam e comunicam os criadores e criativos e conhecê-las é o único caminho para o efetivo entendimento do consumidor. (PEREZ, 2020, p. 55)

As possibilidades de usos das ficções seriadas televisivas por parte dos consumidores transcendem o simples ato de assistir. Os fãs, por meio das redes sociais e da internet, empregam sua criatividade em uma série de ações ritualísticas de uso. A cultura participativa facilitada pela internet encoraja os usuários a se envolverem ativamente com o conteúdo que consomem, dando origem a práticas como a criação de fanfics. Esse fenômeno exemplifica como os fãs extrapolam os limites da narrativa original, desenvolvendo histórias alternativas com seus personagens favoritos, que vão além do que é retratado nas telas.

Um exemplo marcante desse engajamento ocorreu durante a quarta temporada de *“Stranger Things”*, uma das principais produções da Netflix, que apresentou o personagem Eddie Munson. Apesar do desfecho trágico do personagem na série, muitos fãs recorreram a sites de fanfics, como o *“Archive of Our Own”*, para explorar e imaginar possíveis desdobramentos em que Eddie continuaria vivo. Além disso, a relação entre Eddie e o personagem Steve Harrington chamou a atenção do público, mesmo que não tenha sido retratada de forma romântica na série. Essa conexão entre os dois personagens gerou um *ship*, termo derivado de *relationship* (relacionamento em inglês), que representa os casais pelos quais os espectadores torcem.

No *“Archive of Our Own”*, por exemplo, existem mais de 25 mil publicações dedicadas a contar a história do casal steddie (junção de Steven e Eddie), evidenciando o alcance e a profundidade do engajamento dos fãs com a narrativa. Essas práticas demonstram como os consumidores não apenas consomem passivamente o conteúdo, mas também o reinterpretam e expandem, contribuindo para a construção de uma comunidade de fãs ativa e criativa em torno das séries televisivas.

Além das fanfics, os fãs também têm se dedicado à criação de memes utilizando imagens das séries e a produção de *edits*, conhecidos também como *fan cams*. Esses *edits* consistem em vídeos curtos que geralmente se concentram em um personagem específico ou em um casal, combinando cenas marcantes das séries com efeitos visuais e trilhas sonoras envolventes. Essas criações se tornaram uma forma popular de expressão entre os fãs, permitindo que eles compartilhem seu entusiasmo pela narrativa de maneira criativa e divertida.

Os influenciadores de entretenimento, mencionados anteriormente, desempenham um papel fundamental nessa ritualística ao produzirem uma variedade

de conteúdos, como vídeos de expectativas para séries que estão prestes a ser lançadas ou análises de séries recentes que assistiram. Além disso, o formato de *react*, no qual alguém reage ao que está assistindo, tornou-se bastante popular entre os influenciadores, cativando o público interessado em saber as opiniões de seus influenciadores favoritos sobre determinada série. Os espectadores não apenas recorrem aos influenciadores para descobrir novas séries, mas também para interagir com as séries que já conhecem e gostam. Essa interação entre os influenciadores e seu público contribui para o engajamento contínuo com o universo das séries televisivas e fortalece os laços emocionais entre os fãs e o conteúdo que consomem.

3.4 RITUAIS DE POSSE

O ritual de posse caracteriza-se pela guarda, armazenamento e acondicionamento dos bens adquiridos ou recebidos. Destacando-se os bens de alto valor, os objetos de marcas de luxo, as joias e as obras de arte, em especial, onde esses rituais são bem marcados. (PEREZ, 2020, p. 58)

As ficções seriadas televisivas disponibilizadas em plataformas de streaming representam uma evolução significativa em relação às mídias físicas, como DVDs, que permitiam serem colecionadas e exibidas. O advento do streaming elimina a necessidade de posse de mídia física, como os boxes de séries, para acesso instantâneo ao conteúdo. Agora, a biblioteca de programas televisivos reside nos dispositivos tecnológicos dos usuários, permitindo um acesso conveniente e portátil. Os aplicativos das plataformas de streaming podem ser facilmente instalados em uma variedade de dispositivos, desde celulares e tablets até computadores e smart TVs, oferecendo aos espectadores a oportunidade de transportar suas séries favoritas para onde quer que vão. Essa transformação tecnológica possibilita que as séries sejam levadas literalmente no bolso dos espectadores, oferecendo uma nova dimensão de portabilidade e acessibilidade ao entretenimento televisivo.

No cenário atual, onde uma variedade de serviços de streaming disputa a atenção e o dinheiro dos consumidores, a diversidade de aplicativos baixados muitas vezes denota não apenas uma escolha entre as diferentes plataformas, mas também um indicativo do poder financeiro dos usuários. Isso se deve ao fato de que a capacidade de acessar uma variedade de serviços de streaming, cada um com sua própria gama de conteúdo exclusivo, muitas vezes requer um investimento financeiro significativo por meio de assinaturas mensais ou anuais.

Para os espectadores mais meticolosos e que gostam de manter um controle preciso de suas visualizações, além de compartilhar suas preferências com amigos, existem aplicativos como o TV Time e o Banco de Séries. Essas plataformas oferecem uma gama de recursos projetados para facilitar a organização e a gestão do consumo de mídia. Por meio desses aplicativos, os usuários podem categorizar as séries que estão acompanhando, marcar os episódios já assistidos e criar uma lista das séries que desejam explorar no futuro próximo. Funcionando essencialmente como uma estante virtual, esses aplicativos proporcionam uma visão abrangente de todo o conteúdo que o usuário consome. Além da funcionalidade de organização, esses aplicativos também permitem que os usuários expressem suas opiniões e análises sobre os episódios, fornecendo uma plataforma para escrever resenhas e avaliações.

3.5 RITUAIS DE DESCARTE

O ritual de descarte pode simplesmente se reduzir ao “jogar fora” um produto ou embalagem, descartar no lixo, eliminar aquilo que não se quer mais, sem nenhum cuidado especial, até envolver uma série de sequências com cuidados específicos de separação, lavagem, acondicionamento, depósito em locais específicos e descarte propriamente dito. (PEREZ, 2020, p. 60)

No contexto do audiovisual no streaming, o conceito de descarte assume uma nova dimensão, desvinculando-se da noção tradicional de se livrar de algo físico. Em vez disso, o descarte ocorre em um nível emocional, refletindo uma perda de interesse ou relevância por parte dos fãs e espectadores. Esse desinteresse pode se manifestar de maneiras diversas, desde a ação explícita de marcar uma série como não acompanhada nos aplicativos mencionados anteriormente até a simples interrupção da visualização sem intenção de retorno. Nesse novo cenário digital, o descarte não se traduz mais em se livrar de um objeto tangível, mas sim em desvincular-se de uma experiência ou narrativa que deixou de cativar ou ressoar com o público.

Certamente, interromper a assinatura de um serviço de streaming também pode ser considerado um tipo de descarte dentro do contexto do consumo de mídia digital. Essa ação pode ocorrer por uma variedade de motivos, como mudanças nas preferências de entretenimento, restrições financeiras temporárias ou insatisfação com o conteúdo oferecido. Embora o usuário possa eventualmente retomar a assinatura do serviço, o ato de cancelamento inicial ainda representa uma forma de desapego temporário do acesso àquela plataforma específica, refletindo uma

mudança nas prioridades do consumidor ou em suas necessidades de entretenimento. Essa flexibilidade na assinatura e cancelamento de serviços de streaming é uma característica distintiva do modelo de negócios digital, permitindo aos usuários uma maior autonomia na gestão de suas experiências de entretenimento.

4. CONSUMO DE SÉRIES NA ERA DO STREAMING: ANÁLISE DAS ENTREVISTAS

Para a etapa empírica deste trabalho, foram realizadas entrevistas em profundidade individuais com quatro consumidores de séries que utilizam serviços de streaming, com o objetivo de entender os rituais de consumo de ficção seriada através dessas plataformas. A amostra dos entrevistados foi escolhida por conveniência, abrangendo indivíduos de 25 a 30 anos que consomem séries em diferentes intensidades, sendo dois homens e duas mulheres. As entrevistas foram conduzidas por telefone, seguindo um roteiro semiestruturado, permitindo uma exploração das experiências e hábitos de consumo dos participantes.

As perguntas abordadas nas entrevistas incluíram a frequência com que os participantes consomem séries, os processos pelos quais escolhem o que assistir e a natureza do relacionamento entre os consumidores e as séries que acompanham. Também foram investigados quais serviços de streaming os entrevistados assinam e se compartilham ou não as contas desses serviços. Além disso, discutiu-se como o uso de plataformas de streaming alterou a maneira de assistir televisão e o impacto dessa mudança no dia a dia dos entrevistados. Essas questões visaram obter uma compreensão sobre as práticas e rituais de consumo de ficção televisiva através das plataformas de streaming.

O entrevistado 1 tem 30 anos, é engenheiro de formação e trabalha atualmente em uma empresa de tecnologia. Ele não assiste a séries com muita frequência, tendo assistido mais no passado, quando sua rotina era menos corrida. Prefere assistir a programas esportivos, como jogos de futebol e basquete. A entrevistada 2, também de 30 anos, é professora de educação infantil e estudante de psicologia. Devido à rotina intensa de trabalho e faculdade, ela não assiste a séries com frequência, preferindo atividades fora de casa em seu tempo livre. O entrevistado 3 tem 28 anos, é coordenador administrativo e pai. Ele assiste a séries regularmente, vendo pelo menos um episódio por dia. A entrevistada 4 tem 29 anos e é advogada. Ela também assiste a séries frequentemente, pelo menos um episódio por dia, sendo esta sua atividade preferida no tempo livre.

Os serviços de streaming mais utilizados entre os entrevistados são Netflix, Max (anteriormente HBO Max) e Prime Video, com todos os quatro entrevistados utilizando essas plataformas. Além disso, os entrevistados 1, 2 e 4 mencionaram o

uso de Star+ e Disney+. A principal razão citada para a escolha desses serviços foi a amplitude e a variedade dos catálogos, que atendem a diferentes interesses e necessidades de entretenimento. Esses serviços se destacam por oferecer catálogos atraentes, incluindo as séries mais populares que captam maior atenção do público. A entrevistada 4 destacou que esses streamings "são os que mais têm os seriados famosos".

A diversidade e a riqueza dos catálogos permitem que esses serviços atendam a uma ampla variedade de gostos e preferências. O entrevistado 1, que valoriza programas esportivos, utiliza as plataformas de streaming para acompanhar jogos de diferentes modalidades. "Eu gosto muito de esportes, né? Então eu acompanho muito esporte via streaming. Basquete, jogo de futebol americano, jogo de futebol normal. Nos streamings". Além das ficções seriadas, esses serviços de streaming também oferecem filmes, programas esportivos, reality shows, documentários e diversos tipos de entretenimento audiovisual, ampliando ainda mais seu apelo aos consumidores.

O preço dos serviços de streaming também exerce influência na escolha dos consumidores, embora seja considerado um fator secundário. No caso do serviço de streaming HBO Max, atualmente conhecido apenas como Max, o entrevistado 1 destacou uma ação promocional como motivação para adquirir o serviço: "O HBO eu assinei porque fizeram uma promoção de 50% de desconto e eu acabei assinando e sou assinante até hoje". Ações promocionais, como descontos significativos e períodos de teste gratuitos, incentivam a aquisição de novas plataformas. No entanto, sem um catálogo atrativo, o consumidor não sente necessidade de continuar assinando tal serviço. A continuidade da assinatura depende essencialmente da qualidade e variedade do conteúdo oferecido, que deve atender às expectativas e preferências do usuário, demonstrando que um bom equilíbrio entre preço e conteúdo é crucial para a fidelização dos assinantes.

A Netflix, que possui o maior valor de assinatura no mercado, continua sendo a plataforma mais assinada e a primeira mencionada por todos os entrevistados. A Netflix mantém sua posição de referência no setor de streaming, não apenas por seu extenso catálogo, mas também por ser a pioneira nesse mercado. A empresa foi a primeira a oferecer um serviço de streaming de grande escala, estabelecendo um padrão que muitas outras plataformas seguiram. A Netflix atraiu o público devido à sua capacidade de oferecer conteúdo sob demanda, permitindo que os espectadores

escolham o que assistir conforme seus próprios interesses e horários (BARBOSA et al., 2020)

Antes do surgimento do streaming, os consumidores recorriam a métodos como baixar episódios via *torrent*, alugar DVDs em locadoras ou assistir à programação televisiva tradicional. No entanto, com o crescimento das plataformas de streaming, essa dinâmica mudou.

Antes eu só assistia série o meu computador porque eu sempre baixava, e eu nunca colocava na televisão porque eu tinha preguiça e colocar o computador, ligar o computador, plugar na TV. Hoje com as TVs inteligentes é muito mais fácil. Eu baixo os aplicativos direto na TV, eu não preciso ter acesso ao meu computador para nada. E eu tenho uma tela maior, consigo deitar na minha cama e assistir televisão. Enfim, eu ganho muito tempo porque eu não preciso baixar a série, ela já tá ali a minha disposição e eu não preciso ficar plugando o computador na TV, as vezes com preguiça ficava só no computador mesmo. Agora eu consigo ver numa qualidade melhor numa tela maior. Então, eu acho que melhorou muito, assim, a minha experiência. (ENTREVISTADO 1)

A entrevistada 4 também destacou que o streaming oferece uma facilidade para acessar conteúdo televisivo, permitindo uma maior liberdade na escolha dos horários de visualização. O conceito de *time shifting*, que permite aos usuários assistirem aos programas em horários mais convenientes, é um dos principais atrativos das plataformas de streaming de acordo com a entrevistada.

Eu sou da geração que via muito WarnerBros, então eu tinha que ver o seriado na hora que passava. Então, sei lá, era Friends de meio dia, The Big Bang Theory cinco da tarde. Sabe? Aí agora eu consigo escolher o que eu vejo, a hora que eu vejo, como eu vejo. Eu tenho mais liberdade de escolha. A intensidade também mudou, eu comecei a assistir mais porque eu tenho mais opções, né? Antes do streaming eu via TV a cabo e eu baixava, mas era muito limitado. (ENTREVISTADA 4)

Antes do streaming, a entrevistada 4 praticava o *appointment viewing* “prática na qual os espectadores separavam tempo dentro de suas agendas diárias para verem seus programas favoritos” (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2016, p. 203), seu consumo televisivo era dependente da programação preestabelecida pelas emissoras. Com a popularização das plataformas de streaming, os consumidores não estão mais presos à grade de programação da televisão tradicional, oferecendo uma flexibilidade no seu dia a dia. Agora, os espectadores podem assistir às suas séries favoritas no momento que for mais conveniente, seja durante uma pausa no trabalho, à noite antes de dormir ou nos fins de semana.

Os quatro entrevistados destacaram que o surgimento do streaming trouxe mudanças significativas nos hábitos de consumo de entretenimento televisivo. Além de possibilitar o *time shifting*, o streaming gerou um considerável aumento tanto na

frequência de consumo quanto na diversidade de séries assistidas, dada a vasta gama de conteúdos disponíveis nas plataformas. “Eu acho que, principalmente quando começou as coisas, eu comecei a querer acompanhar mais e mais. Às vezes eu nem estava muito interessado, mas eu via por que estava lá.” (ENTREVISTADO 3)

A conveniência e a praticidade oferecidas pelos serviços de streaming foram mencionadas como aspectos positivos pelos entrevistados, eliminando a necessidade de deslocamento até locadoras físicas ou a busca por links de *download* em sites não confiáveis, reduzindo assim os riscos associados à segurança digital.

Antes do streaming eu baixava. Há um pouco mais de 10 anos atrás eu era muito fã de Supernatural, The Vampire Diaries, Doctor Who e eu baixava os episódios religiosamente. Hoje em dia só espero sair no streaming. A facilidade do streaming, né? Até mesmo por conta de riscos de danos ao computador, por medo de acabar danificando o computador com algum vírus e também pela facilidade do tempo da procura e tal. Essa facilidade do streaming acabou mudando realmente o meu jeito de consumir as séries. (ENTREVISTADA 2)

Nos dias de hoje, graças à tecnologia, a televisão e outras mídias podem ser transmitidas e acessadas de várias formas, de maneira sem fio em diversos dispositivos e em qualquer lugar com acesso à internet (SAMUEL, 2017). As plataformas de streaming oferecem uma experiência mais prática aos usuários ao disponibilizarem seus serviços por meio de aplicativos para as televisões.

Anteriormente, os consumidores que optavam por fazer o *download* de séries muitas vezes preferiam assistir diretamente em seus computadores, pois transferir o arquivo para a televisão era um processo trabalhoso e pouco conveniente. No entanto, com a possibilidade de acessar as séries dos streamings diretamente na televisão, há uma melhoria significativa na qualidade da experiência de visualização. Além disso, a transmissão direta para a tela da TV oferece uma qualidade superior, resultando em uma experiência de visualização mais imersiva e satisfatória. Esse avanço tecnológico contribui para elevar o nível de apreciação e aproveitamento do conteúdo televisivo, ampliando as opções de entretenimento disponíveis para os usuários.

Os entrevistados relataram que dividem o custo das assinaturas com familiares, o que torna os valores mais acessíveis para todos os envolvidos. Entretanto, como ressaltado pela entrevistada 2, o recente movimento de restringir o compartilhamento de acessos é vista como prejudicial, especialmente para jovens adultos que estão no processo de independência ao sair da casa dos pais, pois perdem o acesso a conteúdos que anteriormente desfrutavam em conjunto com suas famílias.

Eu acho que um movimento que pode prejudicar muito os streamings é justamente esse movimento de não poder ter mais de um acesso em casas diferentes, como a Netflix está querendo fazer, porque aí acaba fazendo com que eu, por exemplo, deixe de ter esse acesso mesmo a minha família pagando. E eu costumava até poucos meses atrás assistir com eles e agora numa nova residência talvez isso me atrapalhe. (ENTREVISTADA 2)

Para essa entrevistada em particular, que está em fase de mudança de residência, o streaming atende adequadamente suas necessidades de entretenimento, eliminando a necessidade de uma televisão tradicional, que ela não considera essencial em sua nova configuração de vida. Para ela, “não faz parte dos planos colocar TV” (ENTREVISTADA 2).

Ao fazer uso de serviços como a Netflix, os usuários podem se questionar sobre o papel da escolha, surgindo dúvidas como se estão aproveitando ao máximo a plataforma, se outra série teria sido uma escolha melhor, e se a sugestão do algoritmo é uma boa opção (SAMUEL, 2017). As recomendações de amigos surgiram como o principal incentivo para iniciar uma nova série, revelando a valorização significativa que os entrevistados atribuem às sugestões de pessoas próximas. Para o entrevistado 1, a avaliação da série em sites especializados influencia bastante na decisão de assistir ou não, porém se motivado por indicações de amigos admite dar uma chance ao conteúdo mesmo se não for tão bem avaliado, evidenciando a influência das interações sociais na escolha do que assistir.

Normalmente eu faço duas coisas: eu vejo a série ali na plataforma e dou uma lida na sinopse da série. Se me prender e eu ficar curioso aí eu vou para a segunda etapa que é olhar a nota da série. Se a série não for muito bem avaliada eu repenso se eu vou assistir ou não. Uma nota boa seria mais de 7, abaixo de 7 eu já fico com o pé atrás. Se for de fato uma nota menos de 7 e algum amigo recomendar falando que é realmente muito boa aí eu dou uma chance. (ENTREVISTADO 1)

Além disso, as sugestões fornecidas pelas próprias plataformas despertam a curiosidade dos consumidores, que, com base nas sinopses, decidem se desejam ou não assistir ao conteúdo recomendado. A presença de atores, roteiristas e diretores reconhecidos pelo público também desempenha um papel importante na tomada de decisão em relação a assistir ou não a uma nova produção, como evidenciado pelo entrevistado 3.

Eu sou muito curioso, né? Então eu leio a sinopse da indicação da plataforma e se eu gostar eu assisto. Pego indicação também por fora, assim, mas é isso. Eu vou atrás do que mais ou menos eu gosto, de séries de pessoas que já fizeram outras séries que eu gosto e vou caçando o que assistir. (ENTREVISTADO 3)

Esses elementos familiares podem influenciar positivamente a disposição do público para experimentar novos programas, aumentando sua confiança na qualidade do conteúdo oferecido.

Embora não sejam a principal fonte de indicações dos entrevistados, as interações online nas redes sociais também desempenham um papel significativo na escolha do que assistir. Segundo a entrevistada 2, as séries mais comentadas no Twitter, TikTok e outras plataformas acabam por atrair a sua atenção, influenciada pelo *buzz* gerado nessas mídias sociais. A interação social, seja online ou pessoalmente, sobre séries é uma parte integrante da rotina dos quatro entrevistados. Conversar em grupos de amigos ou aplicativos de mensagens sobre os programas que estão assistindo é uma prática comum entre eles, evidenciando a importância das interações sociais no contexto do consumo de conteúdo televisivo.

Ao optarem por assinar mais de uma plataforma de streaming, os consumidores ampliam consideravelmente o leque de opções do que assistir. No entanto, ocasionalmente, um conteúdo específico que não está disponível nas plataformas já assinadas ganha destaque devido ao *buzz* gerado nas redes sociais. Quando isso acontece, os entrevistados afirmaram que não costumam aderir a uma nova plataforma apenas por conta desse conteúdo em particular. Em vez disso, eles preferem aguardar até que o conteúdo desejado esteja disponível nas plataformas que já assinam, caso isso venha a ocorrer, ou simplesmente optam por não assisti-lo. Isso ocorre devido ao alto custo agregado de todas as assinaturas, o que torna desvantajoso para o consumidor aderir a uma nova plataforma apenas por causa de uma única série, refletindo em uma estratégia de consumo mais ponderada e focada em maximizar o valor das assinaturas existentes, em vez de adicionar custos para acessar conteúdos específicos. No entanto, os entrevistados 1 e 3 mencionaram que, se o conteúdo despertar um interesse significativo, eles podem buscar links de *download* para assistir enquanto a série está em alta.

Praticamente todas as formas tradicionais de consumo e produção de mídia estão passando por transformações. Estamos testemunhando o surgimento de novas formas de engajamento dos fãs, que estão ajudando a criar laços mais profundos com os conteúdos (JENKINS, 2015). Ser fã de uma série se manifesta de várias maneiras, desde a aquisição de itens de decoração e vestuário relacionados às séries até a nomeação de animais de estimação a partir de personagens famosos. Todos os quatro entrevistados reconhecem-se como fãs de alguma série em algum nível. Esse

engajamento vai além do simples ato de assistir, demonstrando um vínculo emocional e um investimento significativo no universo das séries que apreciam.

O entrevistado 3 demonstrou um interesse mais intenso no consumo de séries, declarando acompanhar ativamente as notícias sobre as produções que gosta, e comprar roupas, bonecos e livros relacionados às séries que assiste. Já a entrevistada 2, afirmou ter tido um relacionamento mais intenso com as séries no passado, porém hoje em dia não é mais dessa forma.

Bons anos atrás eu era mais intensa como fã de série. Teve uma época que eu era muito fã de Doctor Who e eu chegava a ir em encontros de fãs. Hoje em dia ser fã de uma série quer dizer que eu assisto ela. (ENTREVISTADA 2)

Os serviços de streaming e a disponibilização de todos os episódios de uma mesma temporada de uma só vez facilitam a prática do *binge-watching*, como já foi discutido em um capítulo anterior. Os quatro entrevistados definiram maratonar uma série como assistir mais de três episódios consecutivos em uma única sessão. Normalmente realizado nos fins de semana, esse hábito representa uma quebra na rotina diária e se torna um momento especial de relaxamento e entretenimento. Para a entrevistada 4, assistir série é algo que conforta, “é algo assim, que eu sinto uma paz. Gosto muito de assistir série, sempre gostei desde quando era só WarnerBros.”

Para tornar a experiência ainda mais agradável, os espectadores frequentemente preparam lanches especiais, como pipoca, o que intensifica a sensação de um evento diferenciado. Quando estão engajados com o conteúdo, os espectadores podem passar muitas horas ininterruptas na frente da televisão, mergulhados nas histórias que acompanham, como evidenciado pela entrevistada 2.

Ah, eu poderia passar a madrugada assistindo a uma série, assistindo mais de 10 episódios de uma vez. Quando eu estou muito inserida numa série, muito engajada numa série eu gosto de fazer maratona. Se todos os episódios estão disponíveis eu prefiro fazer maratona. Eu faço pipoca, normalmente eu faço um docinho ou alguma coisinha para comer, gosto de fazer um chá. E normalmente acabo madrugando mesmo assistindo, justamente por conta da rotina corrida acabo pegando ou uma sexta à noite para o sábado, ou um sábado para o domingo, e maratonando. (ENTREVISTADA 2)

Entretanto, esse modo de assistir séries não é a preferência de todos. O entrevistado 1 declarou que prefere assistir às séries aos poucos, com intervalos de um dia ou mais entre os episódios. Segundo ele, esse método permite prolongar a experiência de assistir à série, proporcionando um tempo maior para refletir sobre cada episódio. Além disso, para o entrevistado 1, assistir gradualmente permite uma

absorção mais profunda do conteúdo, facilitando a compreensão do enredo e a apreciação dos detalhes que poderiam ser perdidos em uma maratona. Esse método permite uma reflexão mais profunda sobre os acontecimentos da trama e uma conexão mais duradoura com os personagens e a história, comparada ao consumo rápido e intenso incentivado pelas plataformas de streaming.

As plataformas de streaming não apenas facilitam as maratonas, mas também o ato de reassistir séries devido à sua praticidade e acesso fácil. Os quatro entrevistados revelaram que consideram as séries de comédia, com episódios curtos, de aproximadamente 25 minutos, e tramas simplificadas, especialmente propícias para serem reassistidas, muitas vezes enquanto realizam outras atividades cotidianas como cozinhar ou lavar a louça, pois não exigem uma grande atenção do espectador. Além disso, o entrevistado 3 demonstrou uma inclinação para reassistir séries que possuem um apelo emocional, aquelas das quais se considera fã, fortalecendo o vínculo com o conteúdo.

Eu revejo as coisas que eu gosto. Geralmente eu gosto de rever Doctor Who porque ela tem episódios que eu gosto muito e quando passa um tempinho dá saudade de ver e aí eu sempre busco uma coisa nova no episódio. Ou séries de comédia também que eu gosto de rever porque é leve, né? É gostoso, você já sabe o que está esperando aí é legal.
(ENTREVISTADO 3)

Ao reassistir séries mais complexas, os consumidores conseguem captar detalhes e informações que podem ter passado despercebidos na primeira visualização, enriquecendo ainda mais a experiência e a compreensão da trama. Assistir a uma série pela primeira vez com *binge-watching* pode despertar emoções como curiosidade, suspense e a ansiedade pelo desfecho. Por outro lado, revisitar uma obra via streaming permite uma apreciação mais detalhada, oferecendo ao espectador a oportunidade de antecipar eventos, explorar diferentes possibilidades narrativas e descobrir novos elementos na trama (Silva, A., 2015).

Quando uma série não agrada o espectador ou quando o enredo não é suficientemente envolvente, ocorre a desistência. A entrevistada 4 afirmou que, se a série não cativar já no segundo episódio, ela prefere parar de assistir e procurar algo mais interessante. A vasta quantidade de novas séries disponíveis oferece aos espectadores inúmeras opções, permitindo que sempre haja outra série para ocupar o lugar da que foi abandonada. No entanto, o entrevistado 3 observou que essa abundância de lançamentos simultâneos pode gerar um senso de urgência no consumidor, que sente a necessidade de assistir a tudo ao mesmo tempo. Essa

abundância também pode gerar uma predileção pela quantidade de conteúdo em detrimento da qualidade por parte dos produtores de entretenimento.

Além da grande quantidade de séries, também há uma vasta gama de plataformas de streaming disponíveis para os consumidores. No entanto, essa variedade de plataformas torna inviável para muitos usuários terem acesso a todas, devido ao alto custo das assinaturas. Até que as grandes empresas de streaming encontrem uma solução para essa questão, como a criação de pacotes promocionais para quem assina mais de um serviço, conforme sugerido pelo entrevistado 1, os consumidores serão forçados a escolher entre um ou outro serviço de streaming.

Eu acho que os streamings estão crescendo muito e eventualmente vai ficar muito maçante. Vão ser muitos streamings, muitas plataformas, e eu acho que vai acabar acontecendo o processo inverso do que está acontecendo hoje. Eu acho que os streamings vão acabar se fundindo e vai virar tudo uma coisa só. Você paga uma mensalidade e tem acesso a combos de streamings. Eu acho que vai acabar acontecendo isso. [...] As pessoas não têm condições de sair contratando todos os streamings diferentes. (ENTREVISTADO 1)

A questão financeira foi o principal motivo citado pelos entrevistados para o cancelamento de assinaturas. No cenário atual do mercado, é preciso fazer escolhas inteligentes ao selecionar quais serviços de streaming assinar, sendo o custo-benefício um fator crucial. Um bom catálogo atrelado a um valor acessível é um diferencial importante para os consumidores.

A análise das entrevistas revela que o consumo de ficção seriada vai além do ato de assistir aos episódios. Ele abrange uma gama de atividades, desde conversar com amigos, interagir nas redes sociais, adquirir itens de decoração temáticos, seguir de perto o trabalho dos atores e buscar informações sobre as produções. Os rituais de busca, compra, uso, posse e descarte estão presentes na relação dos consumidores com as ficções seriadas do audiovisual. A partir das respostas coletadas durante as entrevistas, torna-se evidente uma mudança nos hábitos de consumo de séries, impulsionada pela popularização das plataformas de streaming, seja devido à sua praticidade ou à sua vasta gama de conteúdos oferecidos.

Quadro 1 – Rituais de consumo de séries via streaming

Ritual de consumo	Descrição	Manifestação no consumo de séries via streaming	Significados
Busca	Procurar e descobrir novos conteúdos.	Exploração de catálogos, utilização de algoritmos de recomendação das plataformas. Análise de trailers e leitura de resenhas. Navegação em redes sociais e fóruns. Ouvir recomendações de amigos.	Sensação de estar atualizado ao encontrar novos conteúdos. Valorização das recomendações de amigos e influenciadores digitais. Sentido de pertencimento ao compartilhar descobertas e recomendações.
Compra	Assinatura de serviços de streaming e acesso ao conteúdo	Avaliação de custos e benefícios, assinatura de serviços para acesso a conteúdo exclusivo. Promoções e ofertas especiais que influenciam a decisão de compra. Compra de itens temáticos.	Sentimento de privilégio e acesso a conteúdos exclusivos. Sentimento de economia ao compartilhar assinaturas com familiares. Engajamento emocional através da compra de itens temáticos das séries.
Uso	O consumo efetivo do conteúdo. Assistir às séries.	Maratonas de série (<i>binge-watching</i>). Assistir em momentos livres e de lazer. Compartilhar nas redes sociais enquanto assiste. Uso de diferentes dispositivos (TV, smartphone)	Mergulho na narrativa e conexão com comunidades online. Forma de lazer e escape, especialmente nos fins de semana. Imersão nas narrativas como uma forma de relaxamento.
Posse	Sentir-se "dono" da série. A sensação de ter o conteúdo como parte do cotidiano.	Recomendar séries para amigos. Discutir episódios com amigos e em redes sociais. Criar eventos sociais para assistir juntos. Participar de fandoms e grupos de discussão. Decorar a casa com itens das séries.	Fortalecimento de laços sociais e partilha de experiências. Vínculo afetivo com as séries através de itens físicos (decoração e vestuário). Expressão da identidade pessoal através das preferências de séries.
Descarte	Deixar de consumir ou desapegar emocionalmente do conteúdo.	Terminar uma série e removê-la da lista de interesses. Desistir de assistir à série. Cancelamento de assinaturas.	Sensação de fechamento de ciclo e abertura para novas descobertas. Reflexão sobre mudanças nas prioridades de entretenimento. Sentimento de desapego e renovação das escolhas de consumo.

Fonte: elaborado pela autora (2024)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nas informações apresentadas ao longo deste trabalho, torna-se evidente que a ficção seriada tem sido uma forma popular de entretenimento desde o século XIX. Com a chegada da televisão, essa forma de narrativa encontrou uma nova plataforma, conquistando os lares da população brasileira e mundial.

As plataformas de streaming têm desempenhado um papel fundamental na aceleração da transformação do fluxo televisivo, que teve início com tecnologias anteriores, como o VHS e o DVD. Iniciado pelo movimento pioneiro da Netflix, esse novo modelo de consumo de ficção seriada televisiva tem resultado em uma intensificação do hábito de assistir e em uma redução das restrições impostas pela grade tradicional da televisão linear.

A ascensão do streaming, aliado à Web 2.0, desencadeou uma transformação no consumo de mídia. O consumo de ficção seriada, entendido como o processo de estabelecer conexões significativas entre produtos e espectadores, intensificou-se com o advento das plataformas online, que tornaram o acesso a séries mais conveniente. Como ressaltado nas entrevistas em profundidade, os serviços de streaming proporcionam o *time shifting* e oferecem maior praticidade, eliminando a necessidade de os consumidores se deslocarem até locadoras ou procurarem por arquivos para download. As transformações na indústria do entretenimento proporcionadas pelas plataformas de streaming redefiniram de maneira significativa o consumo midiático, criando uma necessidade por conteúdo sob demanda e uma preferência por conveniência e personalização.

No âmbito do consumo de ficção seriada por meio das plataformas de streaming, os rituais de consumo se manifestam de maneiras diversas, conforme evidenciado pelos resultados das entrevistas em profundidade.

O ritual de busca envolve uma série de ações para selecionar e reunir informações, algumas feitas de forma planejada e outras de maneira mais casual (PEREZ, 2020). Com base nas respostas dos entrevistados, observa-se que as interações sociais com amigos desencadeiam essas ações de busca, pois recomendação de séries por amigos é altamente valorizada pelos consumidores. Além disso, os rituais de busca também se manifestam ao navegar pelas plataformas, explorando as sinopses das séries recomendadas pelo algoritmo. A busca por informações auxilia na tomada de decisão sobre quais séries assistir, destacando a

importância das ações ritualísticas de busca no consumo de ficção seriada por meio das plataformas de streaming.

Nos serviços de streaming, as ações ritualísticas de compra se manifestam na adesão aos planos de assinatura. Conforme observado nas entrevistas, os valores desses planos frequentemente são compartilhados entre membros da mesma família, uma prática adotada devido à abundância de plataformas disponíveis, o que torna caro para o consumidor assinar todas de uma vez sozinho. Além das assinaturas, as ações de compra também incluem aquisições de itens de decoração e vestuário temáticos das séries, o que reflete não apenas um ato de consumo, mas também um engajamento emocional com as narrativas televisivas.

As ações ritualísticas de uso das ficções seriadas televisivas não se limitam apenas ao ato de assistir; no entanto, esse aspecto é mais expressivo por meio das plataformas de streaming. As maratonas de séries se tornaram uma forma distinta de entretenimento, representando um modo especial de consumir séries que ocorre com maior frequência aos fins de semana. É nesses momentos que os consumidores, como indicado pelas respostas das entrevistas, dispõem de tempo livre para se dedicar a essa atividade de imersão nas narrativas televisivas.

O ritual de posse refere-se ao ato de guardar, armazenar e organizar os bens adquiridos ou recebidos (PEREZ, 2020). A ascensão das plataformas de streaming trouxe consigo uma mudança significativa nesse aspecto, eliminando a necessidade de mídia física para acessar séries. No entanto, a posse ainda se manifesta de maneira tangível por meio da aquisição de itens de vestuário e de decoração temáticos. Esse comportamento foi evidenciado pelo entrevistado 3, que demonstrou um vínculo afetivo com as obras televisivas por meio desses itens.

O ritual de descarte no contexto das séries via streaming não demanda grandes esforços dos consumidores. Conforme declarado pelos entrevistados, ao não se interessarem por uma série, eles simplesmente deixam de assisti-la. O vasto catálogo oferecido pelas plataformas de streaming proporciona uma infinidade de opções, tornando mais vantajoso para o consumidor buscar algo diferente ao invés de perder tempo com um conteúdo que não agrada. Esse comportamento reflete a facilidade e a flexibilidade proporcionadas pelo modelo de streaming, que permite aos usuários explorarem continuamente novas produções sem compromissos prolongados.

Ao atualizar o modelo de McCracken (2007), Perez (2020) inclui a telenovela como um terceiro vetor de transferência de significados culturais para os bens de

consumo, especialmente no contexto latino-americano, onde o Brasil está inserido. Perez (2020) argumenta que, considerando a origem norte-americana de McCracken, o audiovisual deveria ser considerado por ele um instrumento de transferência de significados, devido ao poder da indústria americana desse setor.

As telenovelas exercem uma grande influência no consumo brasileiro. Adicionado a isso, devido à globalização e à diluição das fronteiras físicas com o auxílio da internet, percebe-se que as ficções seriadas televisivas, de diferentes origens geográficas, podem ser consideradas vetores de transferência de sentido do mundo culturalmente constituído para os bens de consumo. As plataformas de streaming de ficção seriada possibilitam uma maior distribuição de conteúdo dos mais diversos países, não apenas ampliando as opções disponíveis para os telespectadores, como também remodelando a maneira como as narrativas são produzidas, distribuídas e consumidas. O avanço tecnológico do streaming revolucionou a forma como o conteúdo é consumido, eliminando as barreiras geográficas e oferecendo acesso instantâneo a uma variedade de produções de entretenimento.

REFERÊNCIA

ACEVEDO, Claudia Rosa; NAVARRO, Maria Victória; DIGNANI, Pietro Henrico Vidal; CATÃO, Bruno Alves. Hábitos e consumo de mídia do consumidor de plataformas de streaming. **Revista GEMInIS**, v. 12, n. 1, pp. 227-246, jan./abr. 2021.

AFFINI, Leticia Passos; CAZANI JÚNIOR, Luis Enrique. Recepção por demanda de ficção seriada televisiva. **Culturas Midiáticas**, v. 6, n. 2, 2013.

BARBERO, Jesús Martin. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

BARBOSA, Maria Naftally Dantas; PAIVA, Emanuella Rodrigues Veras da Costa; MORAIS, Paulo Henrique de; GOIS, Adriano Lucena de; BARBOSA, Ana Raquel de Sousa. CONSUMO CULTURAL: OS SERVIÇOS DE STREAMING E O NOVO MODO DE ASSISTIR FILMES E OUVIR MÚSICAS NA INTERNET. In: **VII Congresso Nacional de Educação**. 2020.

CANCLINI, Néstor Garcia. El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica. **El consumo cultural en México**, p. 15-42, 1993.

CASTELLANO, Mayka; MEIMARIDIS, Melina. Binge-watching is the new black: as novas formas de espetatorialidade no consumo de ficção seriada televisiva. **Contemporanea**, v. 16, n. 3, p. 689-707, 2018.

CASTELLANO, Mayka; MEIMARIDIS, Melina. Netflix, discursos de distinção e os novos modelos de produção televisiva. **Contemporanea**, v. 14, n. 2, p. 193-209, 2016.

GOMES, Laura Graziela. Novas tendências e desafios metodológicos nos estudos de consumo midiático. **Etnografia e consumo midiático: novas tendências e desafios metodológicos**. Rio de Janeiro: E-papers, p. 69-95, 2016.

JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela. Jovens brasileiros e convergência midiática. Espiando o cenário nacional. **Etnografia e consumo midiático: Novas tendências e desafios metodológicos**. Rio de Janeiro: E-papers, p. 157-178, 2016.

JACOBSEN, Daniel Rossmann; RANGEL, Leonardo Miranda; PEROZINI, Miranda; D'ABREU, Patrícia Cardoso. A historicidade da ficção seriada: temporalidades e modos de narração teledramatúrgica. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**. 2020.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Aleph, 2015.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. Aleph, 2015.

LINS, Flávio. Uma aventura chamada Tupi: os primeiros anos da tv brasileira. **RuMoRes**, v. 7, n. 13, p. 120-137, 2013.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. Qualidade da Ficção Televisiva no Brasil: elementos teóricos para a construção de um modelo de análise. **XXII Encontro Anual da Compós**, 2013.

MCCRACKEN, Grant. Cultura e consumo: Uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, 47(1), 99-115. 2007.

MEIMARIDIS, Melina; MAZUR, Daniela; RIOS, Daniel. The streaming wars in the global periphery: a glimpse from Brazil. **Series-International Journal of TV Serial Narratives**, v. 6, n. 1, p. 65-76, 2020.

MENDONÇA MARCELINO, Giuliano Guerra; NOGUEIRA JUNIOR, Randal Guimarães; TAVARES, Luiz Fernando Nery Sento-Sé; BALADY, Victória. Novas perspectivas para a publicidade na era dos streamings: um estudo de caso sobre o Spotify. **ECCOM: Educação, Cultura e Comunicação**, v. 11, n. 22, 2020.

MITTELL, Jason. Narrative complexity in contemporary American television. **The velvet light trap**, v. 58, n. 1, p. 29-40, 2006.

MUNGIOLI, Maria Cristina Palma; PELEGRINI, Christian. Narrativas complexas na ficção televisiva. **Revista Contracampo**, n. 26, p. 21-37, 2013.

NETFLIX. About Netflix - Página inicial. Disponível em: <https://about.netflix.com/pt_br>. Acesso em: 25 de abril de 2024

NETFLIX. TUDUM: um evento mundial para fãs. Disponível em: <<https://www.netflix.com/tudum/global-event-pt>> Acesso em: 08 de maio de 2024

Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. (2023). **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: pesquisa TIC Domicílios**, ano 2023. Disponível em: <<https://cetic.br/pt/arquivos/domicilios/2023/domicilios/>>

PEREZ, Clotilde. **Há limites para o consumo?** Estação das Letras e Cores Editora, 2020.

PENA, Felipe. O jornalismo literário como gênero e conceito. **Revista Contracampo**, n. 17, p. 43-58, 2007.

PINHEIRO, Cristiano Max Pereira; BARTH, Mauricio; NUNES, Raona. Televisão e serialidade: Formatos, distribuição e Consumo. **Cadernos de comunicação**, v. 20, n. 2, 2016.

RAMOS, Eutália; BORGES, Gabriela. Telenovelas Clássicas no Globoplay: estratégias de transmidiação para o (re)lançamento das obras. **Revista GEMInIS**, v. 14, n. 1, pp. 4-22, jan./abr. 2023.

RIBEIRO, Luiza Carla; TUZZO, Simone Antoniacci. Jesus Martín Barbero e seus estudos de mediação na telenovela. **Comunicação & Informação**, Goiânia, Goiás, v. 16, n. 2, p. 39–49, 2014.

SAMUEL, Michael. Time wasting and the contemporary television-viewing experience. **University of Toronto Quarterly**, v. 86, n. 4, p. 78-89, 2017.

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura e artes do pós-humano**. Paullus Editora, 2003.

SILVA, Anderson Lopes da. A prática do binge-watching nas séries exibidas em streaming: sobre os novos modos de consumo da ficção seriada. **CONGRESSO INTERNACIONAL COMUNICAÇÃO E CONSUMO**, 2015.

SILVA, Marcel Vieira Barreto. Origem do drama seriado contemporâneo. **MATRIZES**, São Paulo, Brasil, v. 9, n. 1, p. 127–143, 2015.

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

TORRES, Eduardo Cintra. Folhetim, uma história sem fim: dos primeiros jornais de massas à Internet. **Lumina**, v. 6, n. 2, 2012.

TRINDADE, Eneus; PEREZ, Clotilde. O consumidor entre mediações e midiatização. **Revista Famecos**, v. 26, n. 2, p. e32066-e32066, 2019.