

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
PPGCOM - PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

**O CONSUMO NOSTÁLGICO NA
CULTURA PARTICIPATIVA DOS FÃS
DA SÉRIE STRANGER THINGS**

TADEU CARVÃO RIBEIRO

Niterói/RJ
2017

TÁDEU CARVÃO RIBEIRO

O CONSUMO NOSTÁLGICO NA
CULTURA PARTICIPATIVA DOS FÃS
DA SÉRIE STRANGER THINGS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal Fluminense para obtenção do título de mestre em comunicação. Área de concentração: Mídia, Cultura e Produção de Sentido.

Orientadora: Prof^a Dr^a. Carla Fernanda Pereira Barros

Niterói/RJ
2017

TADEU CARVÃO RIBEIRO

O CONSUMO NOSTÁLGICO NA
CULTURA PARTICIPATIVA DOS FÃS
DA SÉRIE STRANGER THINGS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal Fluminense para obtenção do título de mestre em comunicação. Área de concentração: Mídia, Cultura e Produção de Sentido. Orientadora: Prof^a Dr^a. Carla Fernanda Pereira Barros

Aprovada em ___ de _____ de 2017.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dra. Carla Fernanda Pereira Barros
Universidade Federal Fluminense (UFF)

Prof^a. Dra. Mayka Castellano
Universidade Federal Fluminense (UFF)

Prof^a. Dra. Tatiana Siciliano
Pontifícia Universidade Católica do Rio (PUC- Rio)

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de enfatizar meu apreço pela orientadora Prof^a. Dra. Carla Fernanda Barros, e agradecê-la pelas sábias direções, incentivos e pela orientação atenta e cuidadosa, além de toda a confiança transmitida durante o processo do mestrado. Muito obrigado.

Aos membros da banca de qualificação dessa pesquisa, os professores Bruno Campanella e Mayka Castellano pelos apontamentos e ajustes necessários para a conclusão da dissertação. E também aos professores: Beatriz Polivanovi, Mariana Baltar, Felipe Trotta e Paula Sibília pelo convívio de intenso aprendizado. Aos colegas da turma de mestrado do PPGCOM de 2015 que foram importantes interlocutores, os quais debateram assuntos relevantes sobre a pesquisa.

A todos do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (PPGCOM/UFF), inclusive ao coordenador Marco Roxo e todos os funcionários. A CAPES pelo financiamento desse projeto.

Em especial, a minha família e todo o apoio dado na minha trajetória acadêmica, em especial minha mãe: Dina Helena Beniflah Carvão. Aos alunos e amigos pelas contribuições de preciosas referências. Além, da participação dos entrevistados e o tempo dedicado para contribuir com a pesquisa de campo.

“Mas mesmo que aceitemos a noção generalizada da concepção principal de fandom, acredito que o fandom é ainda performativo.”

Matt Hill, Revista Matrizes.

RIBEIRO, Tadeu. **O consumo nostálgico na cultura participativa dos fãs da série Stranger Things**. Niterói, RJ, 2017. Mestrado. Dissertação de mestrado em Comunicação – Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense.

RESUMO

Este estudo tem por objetivo compreender os aspectos nostálgicos encontrados na série *Stranger Things*, da Netflix, e seus reflexos na participação de fãs brasileiros em comunidades virtuais. Os procedimentos metodológicos utilizados no trabalho foram: pesquisa de observação *on-line* não intrusiva e análise sobre as performances de conteúdos e engajamento de fãs em duas comunidades específicas: “Stranger Things”, oficial da Netflix e “Stranger Things Brasil”; além da realização de uma pesquisa qualitativa em profundidade para obtenção de opiniões mais detalhadas a respeito da recepção televisiva em comunidades. Os resultados da pesquisa apontam para a importância de dois aspectos: a presença de um “capital” embutido nos conteúdos durante as trocas sociais entre os fãs, que reforça o engajamento e a hierarquização nesses espaços, além de um imaginário social que reconstrói representações sobre os anos 80.

Palavras-chave: Fãs; Recepção; Cultura Participativa; Nostalgia; Stranger Things

RIBEIRO, Tadeu. **O consumo nostálgico na cultura participativa dos fãs da série Stranger Things**. Niterói, RJ, 2017. Mestrado. Dissertação de mestrado em Comunicação – Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense.

ABSTRACT

This study aims to understand the nostalgic aspects found in Netflix's Stranger Things series, and its repercussions on the participation of Brazilian fans in virtual communities. The methodological procedures used in the work were: unobtrusive online observation research and analysis of content performances and fan engagement in two specific communities: "Stranger Things", official of Netflix and "Stranger Things Brazil"; in addition to conducting an in-depth qualitative research to obtain more detailed opinions regarding the television reception in communities. The results of the research point to the importance of two aspects: the presence of a "capital" embedded in the contents during the social exchanges among the fans, which reinforces the engagement and hierarchy in these spaces, besides a social imaginary that reconstructs representations about the 80's.

Keywords: Fans; Reception; Culture of participation; Nostalgia; Stranger Things

LISTA DE FIGURAS E QUADROS

Quadro 1: As três gerações da TV	20
Quadro 2: Características do Sistema Interativo	22
Quadro 3: Perfil de Informantes - Pesquisa qualitativa	74
Figura 1: Comunicação através de lâmpadas	13
Figura 2: Crianças: Dustin, Will e Mike	13
Figura 3: Eleven.....	13
Figura 4: Demogorgon	13
Figura 5: Índice de maratonas Netflix	26
Figura 6: Divulgação maratona Stranger Things.....	27
Figura 7: Consumo de TV por faixa etária em dispositivos tecnológicos	27
Figura 8: Telas customizadas	28
Figura 9: Consumo comparativo entre dispositivos móveis - Netflix e You Tube	29
Figura 10: Cauda Longa Netflix	30
Figura 11: Ranking Stranger Things/Produções Netflix	32
Figura 12: Abertura oficial de Stranger Things.....	32
Figura 13: Comparativo entre fontes utilizadas na obra de Stephen King e na série	33
Figura 14: Material de divulgação-Kyle Lambert	33
Figura 15: Relação gráfica com pôster Star Wars	34
Figura 16: Relação gráfica com pôster Goonies.....	34
Figura 17: Comparativo entre a série e a produções cinematográficas	35
Figura 18: Viagens Alucinantes (1980)	36
Figura 19: Clube dos Cinco (1985).....	36
Figura 20: Chamas da Vingança (2004).....	36
Figura 21: Contatos Imediatos de Terceiro Grau (1977)	36
Figura 22: Referência Akira e Eleven.....	37
Figura 23: Referência Elfen Lied e Eleven.	37
Figura 24: Referência Fênix (X-Men)	37
Figura 25: Conteúdo “Nostalgia”	38
Figura 26: Participação sobre episódio de Stranger Things	39
Figura 27: Publicação Nostalgia no Twitter.....	40
Figura 28: Publicação Fita cassete.....	40

Figura 29: Publicação especial E.T.....	40
Figura 30: Publicação comparativo E.T. e E.L.....	40
Figura 31: Fórum “Legião de Heróis”	41
Figura 32: Mosaico de imagens na comunidade “Stranger Things”	56
Figura 33: Vídeo Snoopy e Stranger Things	56
Figura 34: Publicação na comunidade “Stranger Things”	57
Figura 35: Xuxa e Stranger Things.....	58
Figura 36: Brinquedos-Anos 80-StrangerThings (brasileira).....	58
Figura 37: Comentários sobre vídeo – “Brinquedos Anos 80”	59
Figura 38: Comparativo Tecnologia.	59
Figura 39 GIF - Mensagem	59
Figura 40: Mosaico Fanarts criados por fãs “Stranger Things Brasil”	60
Figura 41: Mosaico <i>wallpapers</i> criados por fãs “Stranger Things Brasil”	61
Figura 42: Homenagem “Carrie Fisher”	61
Figura 43: Montagem “Caça-Fantasmas”	61
Figura 44: Montagem Tipografia e Trilha Sonora.....	62
Figura 45: Montagem versão “Tron”	62
Figura 46: Presente Netflix	63
Figura 47: Edição Chico Bento e Stranger Things	63
Figura 48: Homenagem Eleven: Grafite	64
Figura 49: Homenagem Eleven: Tatuagem.....	64
Figura 50: Publicação <i>Fanart</i> : “Stranger Things” oficial.....	66
Figura 51: Publicação <i>Fanart</i> : “Stranger Things Brasil”	66
Figura 52: Dados participativos “Stranger Things” oficial.....	67
Figura 53: Dados participativos “Stranger Things Brasil”	67
Figura 54: Publicações recentes – página “Stranger Things Brasil”	68
Figura 55: Produtos Stranger Things: camisetas	69
Figura 56: Produtos Stranger Things: cadernos	69
Figura 57: Produtos Stranger Things: bonecos	69
Figura 58: Debate: Eleven na página “Stranger Things Brasil”	71
Figura 59: <i>Fanart</i> enviada pelo informante 6.....	93
Figura 60: Stranger Synths – Produção artística sonora	95
Figura 61: <i>Fanart</i> enviada pela informante 3.....	96

SUMÁRIO

Introdução	11
1. Televisão e convergência midiática	19
1.1. Um breve panorama das mudanças no meio televisivo	19
1.2. Interfaces e Espectatorialidade	25
2. Cultura de fãs da série Stranger Things	33
2.1. O viés nostálgico da série Stranger Things	33
2.2. Nostalgia, memória e “capital emocional”	39
3. Dinâmicas das comunidades de fãs da série Stranger Things	44
3.1. Consumo midiático em Stranger Things.....	44
3.2. Procedimentos metodológicos.....	46
3.3. Pesquisa exploratória quantitativa	48
3.4. Pesquisa de observação das comunidades de Stranger Things	50
3.4.1. “Stranger Things” (brasileira): página oficial de Stranger Things na rede social Facebook:	56
3.4.2. “Stranger Things Brasil”: página não-oficial de Stranger Things na rede social Facebook:	61
3.4.3. Comparativo entre as comunidades analisadas de Stranger Things	65
3.4.4. Análise sobre as comunidades analisadas de Stranger Things	71
3.5. Pesquisa empírica com os fãs de Stranger Things.....	73
3.5.1. Metodologia	73
3.5.2. Análise dos temas emergentes da pesquisa empírica	75
3.5.2.1. Novos modos de assistir televisão (em especial séries)	75
3.5.2.2. A memória afetiva, nostalgia e as referências de Stranger Things	81
3.5.2.3. A diversidade de “ser fã” de séries.....	86
3.5.2.4. O fã da cultura participativa.....	90
3.5.2.5. O capital cultural dos fãs de Stranger Things	93
Considerações Finais	98
Referências	100
Anexos	103

Introdução

As séries de televisão norte-americanas se popularizaram no mundo inteiro e especialmente no mercado brasileiro nos últimos anos. Nas décadas de 80 e 90, o acesso a eles, especificamente no Brasil, ainda encontrava-se restrito à venda ou locação de *boxes*; num número limitado de títulos na programação da TV aberta (veiculados em horários específicos de baixa audiência); em determinados canais de TV por assinatura; ou, até mesmo, através do compartilhamento de arquivos “piratas” e disponibilizados na *web*. Em tempos atuais, inúmeros títulos podem ser acessados em diferentes canais de transmissão, uma vez que passaram a ser digitalizados, catalogados e disponíveis (no formato *vídeo-on-demand*¹), e em diferentes dispositivos tecnológicos (*smartphones*, *tablets*, *notebooks* e *smart TVs*). Cannito (2009) explica que a tecnologia digital é a maior revolução que já ocorreu na história da mídia e complementa que:

(...) quando a *WebTV* der mais audiência que a televisão, a televisão irá englobá-la. Isso não significa que a televisão é melhor ou pior que a Internet. Significa apenas como nós ressaltamos aqui, que a televisão trabalha com audiências genéricas e a Internet tende a interesses segmentados. (p.278)

Este é o caso dos serviços *on demand* oferecido pelas indústrias televisivas, em que o usuário da plataforma escolhe um conteúdo televisivo para assisti-lo, sem atender um expediente na grade de programação. Esse modelo de consumo televisivo tornou-se parte da cultura comunicacional contemporânea, favorecido pelo processo de “convergência midiática”². Para se ter uma ideia, a emissora televisiva *BBC* digitalizou grande parte do seu acervo na *web*, via *streaming*³ em 2005 (JENKINS, 2009).

No Brasil, ainda neste processo de digitalização, a emissora de televisão Rede Globo digitalizou seus conteúdos digitalizando-os no aplicativo tecnológico “Globo

¹ Vídeo sob demanda ou vídeo a pedido, também conhecido pelo termo inglês *video on demand* (VoD), é uma solução de vídeo sobre xDSL, ou outra tecnologia banda larga. Por meio de uma página Web na tela da TV, o assinante pode escolher diferentes tipos de filmes e programas de TV que estejam disponíveis em VoD.... Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/V%C3%ADdeo_sob_demanda

² A convergência representa uma mudança de paradigma – um deslocamento de conteúdo de mídia específico em direção a um conteúdo que flui por vários canais, em direção a uma elevada interdependência de sistemas de comunicação, em direção a múltiplos modos de acesso a conteúdos de mídia..(JENKIS, 2009, pág. 325)

³ *Streaming* (fluxo de mídia ou fluxo de mídia) é uma forma de distribuição de dados, geralmente de multimídia em uma rede através de pacotes. (...) - a mídia é reproduzida à medida que chega ao usuário, dependendo da largura de banda seja suficiente para reproduzir os conteúdos, se não for o suficiente ocorrerá interrupções na reprodução do arquivo. Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Streaming>

Play” em 2005. A rede de TV por assinatura NET disponibilizou o sistema NOW⁴, que permite assistir o conteúdo televisivo em qualquer horário ou plataforma disponível (móvel ou não).

Diante dessa perspectiva da “democratização da televisão” (JENKINS, 2009), pode-se dizer que a audiência está se disseminando cada vez mais, através de públicos mais específicos estabelecidos, possivelmente, por conteúdos televisivos e de interesse em comum, como o caso das séries norte-americanas. Talvez seja um primeiro indício de que os modos de recepção televisiva estão sendo remodelados diante de múltiplos acessos em diferentes plataformas conectadas à Internet. Um indicativo da “democratização da televisão” é a série norte-americana *Stranger Things*, exclusivo da Netflix.

Stranger Things é a mais recente série exclusiva e distribuída pela Netflix, lançado no dia 15 de julho de 2016, que se tornou um sucesso entre os usuários da plataforma no Brasil e no mundo. Criada pelos irmãos norte-americanos Matt e Ross Duffer (mais conhecido como irmãos Duffer), a narrativa fictícia tem apenas uma temporada com oito episódios. A segunda temporada da série, segundo site oficial da Netflix, está prevista para 2017.

A temática do *Stranger Things* se passa no final do ano de 1983 (especificamente em novembro) e conta a história de três amigos, até que um deles, Will Byers, interpretado pelo ator mirim Noah Schnapp, desaparece misteriosamente na cidade (fictícia) de Hawkins, e é levado para um “universo paralelo” por um extra-terrestre chamado Demogorgon. Esse desaparecimento é o ponto de partida para revelar que “não estão sozinhos” e que outros personagens também poderão desaparecer misteriosamente por tais forças alienígenas.

Os protagonistas da temporada, além de Will Byers, como já citado, são as crianças: Mike Wheeler, interpretado pelo ator mirim Finn Wolfhard; Dustin, interpretado pelo ator mirim Gaten Matarazzo; e uma menina com personalidade distinta chamada Eleven, interpretada pela atriz mirim Millie Brown, que surge misteriosamente com super poderes e rapidamente se alia aos meninos para ajudá-los na busca de Will. Outros personagens, em destaque, também participam da busca: a mãe de Will, Joyce Byers, interpretado por Winona Ridder; e o delegado da cidade fictícia, Jim

⁴ Existem diversos modelos de TV via streaming. No caso do NOW somente os assinantes da NET que adquirirem o pacote de serviços podem acessar as interfaces disponíveis.

Hopper, interpretado pelo ator David Harbour. Joyce Byers consegue a primeira conexão com Will, já no universo paralelo, através da associação de lâmpadas e letras do alfabeto. O suspense é mantido durante a busca de respostas envolvendo também um experimento científico do governo, ainda indefinido nesta temporada.

Trata-se de uma produção construída por referências do mercado audiovisual das décadas de 70, e em especial anos 80 (1983), principalmente por produções cinematográficas do diretor Steven Spielberg. Dentre as inspirações dos irmãos Duffer, destacam-se as seguintes produções cinematográficas (*blockbusters*): “ET”, “Conta Comigo”, “Alien – O 8º passageiro”, “Carrie – A Estranha”, “Contatos Imediatos de Terceiro Grau”, “Os Goonies”, dentre muitos outros. Seguem imagens para ilustrar o seriado:



Figura 1: Comunicação através de lâmpadas⁵



Figura 2: Crianças: Dustin, Will e Mike⁶



Figura 3: Eleven⁷

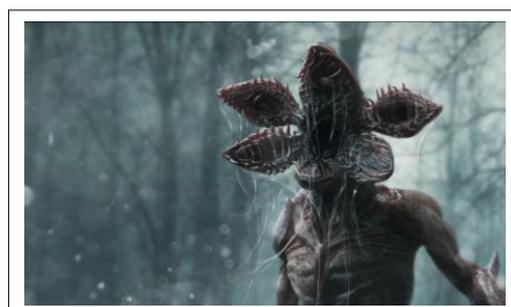


Figura 4: Demogorgon⁸

⁵ Fonte: www.avclub.com. Acessado em 14/12/2016

⁶ Fonte: www.veja.abril.com.br. Acessado em 14/12/2016

⁷ Fonte: www.billboard.com. Acessado em 14/12/2016

⁸ Fonte: www.cgsociety.org. Acessado em 14/12/2016

Esse referencial nostálgico da década de 80 na temática de *Stranger Things* torna-se um possível potencial de lembrança da época, e certamente incita o debate nas trocas de experiências nas comunidades de fãs da série. Certamente, o aspecto nostálgico em *Stranger Things* é um ponto de partida para muitas discussões em fóruns e redes de sociabilidade, e desse modo, alimenta a participação de fãs nesses espaços. Lévy (1999) explica que, graças ao espaço cibernético, há um novo modelo comunicacional em vigor: “*todos e todos*”. “*Todos*” os usuários participam de uma “*inteligência coletiva*”, ou seja, interagem em tempo real e se organizam num contexto e interesses em comum. São consumidores que se engajam e interagem através de produções e interpretações criativas por interesses em comum a respeito de um personagem, episódio, ou, como aqui no caso, de uma temporada de um seriado disponibilizada no serviço *on demand* em comunidades de fãs. Cabe aqui salientar que esse viés cooperativo embasado somente em interesses em comum apontados por Jenkins e Lévy pode ser questionado pelo ponto de vista de outros comportamentos de fãs, os quais ultrapassam a condição de um determinado interesse comum nessas comunidades, por se tratar de um público heterogêneo. Campanella (2008) compreende que a formação dessas relações baseadas, especificamente, em interesses comuns perde força quanto às tensões cotidianas também dinamizadas nessas comunidades. Segundo o autor:

É como se a “*inteligência coletiva*” descrita por Jenkins e Lévy fosse o resultado natural de relações informadas unicamente por um interesse comum, dentro de um espaço ideal, isento das tensões sociais normalmente encontradas no cotidiano dos seus frequentadores. Perde-se, com isso, uma importante dimensão das dinâmicas dessas comunidades, responsável por ações divergentes que não implicam no acúmulo de conhecimento, na transformação sociopolítica ou no desafio ao poder estabelecido. (p.476)

Neste caso, torna-se uma preocupação da pesquisa, a necessidade em realizar aspectos empíricos cuidadosos frente tais diversidades de experiências dos fãs de *Stranger Things*, em especial a relação com referências da época. Para compreender melhor a questão, Campanella (2008) explicita essa diversidade temática de conteúdos que circulam nas comunidades de fãs, através de um estudo etnográfico televisivo realizado na comunidade de fãs do *reality show* “*Big Brother Brasil*”. De acordo com ele:

Debates na comunidade de fãs do Big Brother Brasil revelam um amplo espectro temático. Eles vão desde trocas de informações sobre a celebridade do momento, até intensas discussões sobre questões sociais, dilemas éticos, ou mesmo comportamento sexual. Entretanto, não pode-se perder de vista os interesses econômicos por trás da criação destas controvérsias, muitas vezes transformadas em verdadeiros escândalos midiáticos. (p.18)

Essas dinâmicas são calcadas em produções (textos, imagens, vídeos, *memes*, *gifs*, etc.) criadas pelos próprios fãs. São mensagens visualizadas, comentadas, compartilhadas para diversos fins. São “narrativas transmidiáticas” fluidas em redes sociais, em páginas de comunidades de Stranger Things, aqui especialmente, as quais produzem e, ou até mesmo, potencializam sentidos (nostalgia, paixão, raiva, vingança, emoção, etc.) dependendo do conteúdo da mensagem (pode-se estabelecer uma preferência por personagens, episódios, referências tais como: filmes, vestimentas, músicas, até mesmo *spoilers*⁹, etc.) e interpretação dos participantes no processo comunicacional de um determinado *fandom*¹⁰. Os *fandoms* são formados por ações voluntárias dos fãs. Toda a devoção deles é impressa em “produtos” fabricados pelos próprios. São demonstrações de prestígio, pertencimento, carisma, e até mesmo conflitos, manifestados de acordo com a interpretação dos conteúdos audiovisuais do seriado e publicados pelos próprios fãs. Stuart Hall (1992) contribui neste sentido, ao defender que o processo comunicacional massivo deve ser compreendido como um modelo que compreende as instâncias de produção, circulação, consumo e reprodução. Segundo o sociólogo, a interpretação de uma mensagem midiática vai muito além de uma simples leitura, ela perpassa por três categorias de decodificação. São elas: a primeira, “leituras dominantes ou preferenciais”: “quando um espectador toma o significado conotativo de um noticiário ou de um programa de atualidade política e decodifica as mensagens em termos dos códigos de referências no qual foram codificados” (HALL, 1992, p.136). Ou seja, são leituras que não entram em conflito

⁹ O termo se refere a qualquer fragmento de uma fala, texto, imagem ou vídeo que se encarregue de fazer revelações de fatos importantes, ou mesmo, do próprio desfecho da trama de obras tais como filmes, séries, desenhos animados, animações e animes, conteúdo televisivo, livros e videogames em que, na maioria das vezes, prejudicam ou arruinam a apreciação de tais obras pela primeira vez.^[1]

¹⁰ O *fandom* é realizado de maneira diferente e pode significar diversas coisas em distintos microcontextos, em diferentes momentos de interação social, e até mesmo em plataformas distintas. Ser um fã no Tumblr pode significar uma coisa, ser um fã numa convenção pode significar outra. Pode haver muitos tipos diferentes de *fandom*, indo muito, muito além da noção de (*fandom*) afirmativo versus (*fandom*) transformativo como uma problemática binária. Podem existir todas as espécies de diferentes tipos, modos, níveis e hierarquias de *fandom*, que podem ser desempenhados de formas variadas. (HILLS; GRECO, 2015, p. 149)

com as mensagens publicadas pelas classes dominantes. A segunda, “leituras negociadas” são aquelas que os receptores não se opõem, porém são questionadas quanto à realidade dos fatos; além das “leituras de oposição”, em que receptores se opõem de alguma maneira, quanto à interpretação dada pela mensagem publicada. Morley (1980) entende que a mensagem tem capacidade de produzir mais de um sentido pela decodificação realizada pelo receptor. Isto é, não existe uma verdade única refletida no formato criado da mensagem, ela sempre dependerá da interpretação de cada espectador. Possivelmente, no caso dos fãs de *Stranger Things*, tais “leituras” têm provocado possibilidades de negociações entre eles. Podem consentir, negociar ou se opor quanto às associações de aspectos nostálgicos encontradas na série com referências dos anos 80 (filmes, vestuário, objetos de decoração, etc.) ou até mesmo com experiências vivenciadas nesta época, uma vez que participam dentro de comunidades ou não (fãs que não necessariamente colaboram - “não-colaboradores” - podem realizar trocas sociais de maneira *offline*).

Tais práticas participativas e a proposta da pesquisa estão inseridas no contexto da “convergência midiática”, especialmente, no que diz respeito ao tráfego de produções geradas pelos fãs na *web*, aqui no caso, condicionadas especialmente pelas lembranças embutidas na relação da série e de tais referências. Maria Immacolata Lopes (2014, p.312) elucida que “os estudos acadêmicos de recepção da televisão estão migrando para a investigação focada na participação, isto é, nas práticas e processos de envolvimento interativo com as novas mídias”. Portanto, investigar-se-á, primeiramente, o potencial nostálgico e as participações dos fãs do objeto empírico *Stranger Things*, sobretudo no aspecto da memória, interação e cooperação entre fãs. Também serão observados, os possíveis reflexos obtidos nos modos de assistir televisão *on demand*, ao evidenciar a série, como objeto de estudo inserido neste processo.

Minha inspiração para a proposta de pesquisa de dissertação foi calcada em experiências vividas nos anos 80 e nas lembranças obtidas pelas potencialidades das referências da época, no momento em que eu (um amante de séries) assisti *Stranger Things*. Dessa maneira, o ponto central do debate se concentra nas dinâmicas provocadas pelo potencial nostálgico, percebidas no comportamento do espectador contemporâneo, dentre elas: a realização de maratonas, a potencialidade das produções transmidiáticas e a dinâmica entre os fãs.

Nesse contexto, a pesquisa contribuirá para esclarecer a seguinte problemática referenciando a série *Stranger Things*: Quais os hábitos de consumo midiático e as motivações que levam fãs de seriados a participarem de comunidades virtuais, em especial de *Stranger Things*? Conteúdos sobre os anos 80 ativam mais àqueles que vivenciaram a época? Qual o impacto do potencial nostálgico da década de 80, em especial, no caráter participativo dos fãs? Buscar-se-á entender, mais especificamente na audiência: Como fãs se organizam para assistir a série, uma vez que *Stranger Things* é disponibilizado somente via *streaming* (Netflix)? O fato da série se utilizar de referências cinematográficas anteriores – conteúdo nostálgico – tem que tipo de importância para os fãs da época ou da geração de fãs que não vivenciou a época da trama?

Assim, o objetivo geral desta pesquisa de cunho qualitativo e exploratório é entender como as temáticas de séries podem impactar na participação e organização de fãs em comunidades virtuais, a partir das possíveis transformações ocorridas nos fluxos de audiência, sobretudo nos modos de assistir televisão, ao evidenciar a série *Stranger Things*, como um indicativo. Para alcançar este objetivo, os procedimentos metodológicos escolhidos foram: pesquisa de observação on-line não intrusiva (HINE, 2011) e entrevistas individuais em profundidade (GASKELL, 2002).

Muitas vezes, realizamos entrevistas porque a observação direta era difícil e demorada, a Internet tornou dados observacionais menos trabalhosos que as entrevistas (...) métodos não-intrusivos também podem ser dados para uma análise qualitativa. (HINE, 2011, P.2)

Stranger Things é uma série produzida a partir de estudos de comportamento do usuário de serviços *streaming*, segundo especialistas sobre o assunto, portanto é um “produto” audiovisual acessado por um modelo “transmidiático” de recepção. Desse modo torna-se relevante para a dissertação, investigar, primeiramente, as transformações ocorridas sobre a mídia televisiva através dos processos de digitalização dos sistemas, sobretudo na interatividade “homem-máquina”, perpassando por uma breve trajetória da televisão nas últimas décadas. É compreender as razões de mudanças de hábitos frente às novas interfaces da televisão. Tal processo de “convergência” gerou impactos no consumo televisivo e norteou novos deslocamentos de audiências, inclusive dos espectadores da série.

Estudos¹¹ apontam que mais de 50% dos jovens-adultos entre 16 e 24 anos já utilizam dispositivos móveis para assistir conteúdos audiovisuais na maior parte do tempo, uma vez que a interatividade passa a ser um diferencial para o consumo. Provavelmente, uma das razões do sucesso de *Stranger Things* está na disponibilidade de acesso à série, dentre inúmeros títulos ofertados, hoje, pela indústria televisiva.

No segundo capítulo será examinado de que modo a cultura de fãs de *Stranger Things* participa e se organiza dentro de comunidades. Serão analisadas as relações entre a série e a *web*, na perspectiva das audiências, investigando novos modos de engajamento e fruição, sobretudo no referencial nostálgico. E nesse sentido, entender como se dão as vivências e práticas sociais dos fãs do seriado, discutindo questões, tais como: memória, sociabilidade e participação.

O terceiro capítulo será destinado à metodologia e sua respectiva pesquisa de campo. Primeiramente serão questionadas as principais transformações ocorridas no comportamento desses usuários, a partir da multiplicidade de interfaces, e como eles trocam experiências em comunidades da referida série. Entender a influência do referencial nostálgico na participação de fãs e as principais mudanças nos hábitos de assistir conteúdos audiovisuais, a partir do objeto de estudo: *Stranger Things*. Além de questionamentos sobre a forma que identificação de públicos; possíveis modos de sociabilidade e as percepções de conduta desses fãs em comunidades.

São inúmeras questões que envolvem o recorte do tema e que podem ajudar a entender melhor o fluxo das audiências televisivas, a partir dos estudos de recepção em comunidades, e contribuir no entendimento das transformações ocorridas na participação de fãs, certamente provocados pelas possíveis mudanças nos modos de assistir televisão, além de cooperar em outros estudos em que a participação de fãs está a serviço da recepção televisiva.

¹¹ Fonte: <https://www.ericsson.com/res/docs/2015/consumerlab/ericsson-consumerlab-tv-media>

1. Televisão e convergência midiática

1.1. Um breve panorama das mudanças no meio televisivo

A televisão está num novo limiar da “interatividade”¹². Chama-se aqui interatividade, a interferência do espectador em manipular - ou interagir - com o aparato tecnológico através de comandos, isto é, calcado na potencialidade técnica do aparato televisivo (BECKER E MONTEZ, 2004, p.22).

Em tempos de diversidade midiática tornou-se notório o declínio do poder centralizador das mídias de massa frente à potencialidade interativa das inovações tecnológicas, as quais possibilitaram o compartilhamento da audiência com os veículos tradicionais. Neste cenário, as mídias tradicionais conversam com os novos modelos tecnológicos de comunicação. Tais inovações tecnológicas têm provocado alterações no consumo de informação e, agora, também na produção de conteúdos pelos múltiplos processos de “interatividade”.

Mc Luhan (1964) compreende que a televisão representou o fim da “Galáxia de Gutenberg”, uma vez que o sistema de comunicação começa a sair do modelo tipográfico (“velha mídia”) para telemático (“nova mídia”). O autor mede a interatividade dos meios de comunicação através de duas classificações: “quentes” ou “frios”. Os “meios quentes” são aqueles que não possuem ou pouco possibilitam alguma participação dos usuários, enquanto os “meios frios”, contrariamente, são aqueles que estimulam a participação deles. “O telefone é um meio frio, ou de baixa definição, porque ao ouvido é fornecida uma magra quantidade de informação, enquanto os meios quentes não deixam muita coisa a ser preenchida ou completada pela audiência” (MC LUHAN, 1964, p.38).

No âmbito audiovisual, desde a inauguração da primeira emissora televisiva em 1936 - *BBC* (Londres), é possível dizer que os modelos de transmissão¹³ televisivos sofreram transformações expressivas, a partir das NTCI's – Novas Tecnologias

¹² O termo “interatividade” tornou-se polêmico em tempos atuais. Confunde-se muito com os termos “interação” e “interatividade”. Existem inúmeros conceitos a respeito da interatividade. Dentre eles, uma relevante definição é: “Na televisão, por exemplo, quando o programa supõe respostas dos telespectadores por telefone, é cunhado de TV interativa. (BECKER E MONTEZ: 2004:23).

¹³ “a transmissão televisiva é fruto de um conjunto de procedimentos – produção, edição, transmissão e recepção – pelos quais o sinal da TV chega até a casa dos telespectadores (BECKER E MONTEZ: 2004:22).

de Comunicação e Informação, e impactaram, de certo modo, a cultura comunicacional contemporânea.

Becker e Montez (2004) entendem que a televisão ainda estava formatada em grades engessadas dentro de um modelo unilateral, sem preocupações com espaço, tempo e, principalmente de “interatividade” até a década de 70. Foi na década de 80 que a televisão analógica e as transmissões através de ondas eletromagnéticas começam a ser substituídas pela televisão digital¹⁴, a partir do sistema de códigos binários, semelhante ao do computador (NEGROPONTE, 1995, p.19). Novos equipamentos foram introduzidos à televisão, como o controle remoto e videocassete. De acordo com os autores, a trajetória da televisão pode ser configurada em três estágios como podemos conferir no gráfico abaixo:

	Primeira Geração TV Fordista	Segunda Geração TV pós-Fordista	Terceira Geração TV Digital
Serviços	Limitada quantidade de serviços unidirecionais de radiodifusão massiva	Grande quantidade de serviços unidirecionais de radiodifusão segmentada	Serviços personalizados e interativos de radiodifusão e telecomunicações
Modelos de Negócios	Publicidade massiva e/ou subsídio governamental	Publicidade segmentada e assinaturas	Publicidade segmentada, assinaturas e pagamento por uso de serviços
Estratégia de Negócios	Direitos de propriedade sobre o espectro	Integração vertical entre distribuidores e programadores	Controle de acesso e normas proprietárias no decodificador
Modelo de regulação	Serviço público com proteção aos concessionários	Serviço privado com certas obrigações públicas	(ainda não definido)

Quadro 1: As três gerações da TV¹⁵

¹⁴ No Brasil, a primeira transmissão da televisão digital no Brasil ocorreu em 2007. Estima-se que não haverá transmissão televisiva analógica até 2018 no país. Fonte: <http://www.mc.gov.br/sala-de-imprensa/todas-as-noticias/institucionais/39937-ministerio-divulga-cidades-que-vao-desligar-sinal-analogico-em-2017>

¹⁵ Fonte: MONTEZ, Carlos; BECKER, Valdecir. TV Digital Interativa: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil. Capítulo 2 – Por que uma televisão interativa? Página 24. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2005. 2ª edição.

No primeiro estágio (ou “primeira geração – TV Fordista”) até a década de 70, o governo ainda fazia concessão de canal e em troca veiculava campanhas sociais, e a quantidade de canais não era expressiva. A televisão ainda dava seus primeiros passos.

A partir da década de 70 (ou segunda geração – TV Pós-Fordista), eleva-se o número de emissoras e tornou possível a televisão a cabo ou por satélite. As concessões passam a ter um caráter privado com prestação de serviços públicos. No terceiro estágio (ou terceira geração – TV Digital) inicia-se a transmissão digital de sinais audiovisuais em tempo real (BECKER E MONTEZ, 2004, p.23). Vale ressaltar que nas décadas de 80 e 90, a preocupação das indústrias televisivas ainda se concentrava em questões técnicas de desenvolvimento digital da televisão. Especialmente na década de 90, a preocupação com questões sobre temporalidade e “interatividade” é acentuada quando a televisão começa a dividir audiência para o fenômeno Internet e outras inovações tecnológicas (principalmente, telefônicas).

No final da década de 90, executivos de televisões perceberam que as mídias massivas estavam sendo desafiadas pela Internet e por outras tecnologias que ofereciam opções mais amplas de serviços de informação, entretenimento e interatividade. Em 1998, os canais de TV por assinatura já superavam as redes abertas em número total de telespectadores, audiência no horário nobre noturno nos Estados Unidos (DIZARD, 2000).

Em 2007, a digitalização permitiu novos destinos para a televisão através do desenvolvimento das imagens em alta definição (*HDTV – High Definition Television*) em forma de *bits* (unidades de informação em sistemas de computadores), os quais possibilitaram a transmissão de um programa de televisão sob forma de dados com leitura em computadores. Isto é, pode-se programar conteúdos, sem questionar temporalidade, no modelo de “televisão interativa”. A televisão começa a se distanciar do modelo *broadcasting*¹⁶ convencional e se conectar aos novos formatos de *streaming*.

É a partir dessa leitura de dados digitalizados (*bits*), que nasce o *VOD – Video-on-demand*- ou seja: “(...) é a possibilidade de se receber vídeo e áudio (filmes, notícias,

¹⁶ *Broadcasting* (do Inglês *to broadcast*, "transmitir") ou radiodifusão é o processo pelo qual se transmite ou difunde determinada informação, tendo como principal característica que a mesma informação está sendo enviada para muitos receptores ao mesmo tempo. Este termo é utilizado em rádio, telecomunicações e em informática. A televisão aberta e o rádio possuem suas difusões através de *broadcast*, onde uma ou mais antenas de transmissão enviam o sinal televisivo (ou, radiodifusor) através de ondas eletromagnéticas e qualquer aparelho de TV (ou, rádio) que conseguir captar poderá sintonizar o sinal. Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Broadcasting>

desenhos) sob encomenda (*streaming*), no momento em que desejar, bastando um comando do controle remoto” (NEGROPONTE, 1995, p.23). Desta forma, a interatividade é explícita pela interferência e controle do telespectador frente à televisão. Pode-se dizer que:

Vídeo sob demanda: capacita os espectadores a assistirem o programa na hora que desejarem, sem a restrição ao horário em que é transmitido pela emissora. Pode ser comparado ao acesso a uma videolocadora em qualquer horário, usando apenas botões do *mouse* ou controle remoto. A emissora pode disponibilizar toda grade de programação, com exceção dos programas ao vivo, para serem assistidos em qualquer horário. Não deve ser confundido com *near video-ondemand*, onde determinado programa é transmitido em certos horários, como acontece hoje com os programas *pay-per-view*. (BECKER E MONTEZ, 2004, p.37)

Becker e Montez (2004) discutem o grau de interatividade no nível quatro. Segundo eles, a interatividade é comprometida neste nível, uma vez que o telespectador ainda não possui um controle total sobre a programação. Portanto para encontrar respostas para tais indagações, os respectivos autores defendem a proposta de nivelar essa interatividade elaborando indicadores que certifiquem o sistema interativo. São cinco características que capacitam o nível da interatividade. São elas:

Características	Interação
Interruptibilidade	Capacidade do participante interromper o processo ou atuar em qualquer momento
Granularidade	O sistema precisa notificar uma mensagem como resposta da atuação. Por exemplo: “Já respondo sua mensagem”
Degradação suave	O sistema não tem uma resposta para uma indagação. Os participantes devem ser avisados quando e como podem obter respostas, sem desligar o sistema.
Previsão limitada	O sistema interativo deve atender todas as instâncias possíveis de ocorrência. Atender todas as indagações possíveis.
Não-default	O sistema não deve forçar a direção a ser seguida pelos seus participantes

Quadro 2: Características do Sistema Interativo¹⁷

¹⁷ Fonte: MONTEZ, Carlos; BECKER, Valdecir. TV Digital Interativa: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil. Capítulo 3 – O Surgimento de uma nova mídia: A TV Digital Interativa. Página 34. 2005. Apud: Lippman, 1998.

Neste sentido, os autores propõem mais três níveis para ativar, de fato, a interatividade:

Nível 5: o telespectador pode ter uma presença mais efetiva no conteúdo, saindo da restrição de apenas escolher as opções definidas pelo transmissor. Passa a existir a opção de participar da programação enviando vídeo de baixa qualidade, que pode ser originado por intermédio de uma *webcam* ou filmadora analógica. Para isso, torna-se necessário um canal de retorno ligando o telespectador à emissora, chamado de canal de interação. Nível 6: a largura de banda desse canal aumenta, oferecendo a possibilidade de envio de vídeo de alta qualidade, semelhante ao transmitido pela emissora. Dessa forma, a interatividade chega a um nível muito superior a simples reatividade, como caracterizado no nível quatro, de (Lemos, 1997). Nível 7: neste nível, a interatividade plena é atingida. O telespectador passa a se confundir com o transmissor, podendo gerar conteúdo. Esse nível é semelhante ao que acontece na internet hoje, onde qualquer pessoa pode publicar um *site*, bastando ter as ferramentas adequadas. O telespectador pode produzir programas e enviá-los à emissora, rompendo o monopólio da produção e veiculação das tradicionais redes de televisão que conhecemos hoje. (BECKER E MONTEZ, 2004, p.36)

O detalhamento da interatividade dos níveis apresentados retrata um modelo diferenciado de assistir televisão. Certamente, a digitalização dos meios de comunicação, em especial da televisão, representou uma revolução nos hábitos de audiência, ao considerar uma transposição midiática pela possibilidade de compartilhamento de conteúdos televisivos, além de viabilizar novas maneiras de se consumir televisão, uma vez que o processo de convergência possibilitou o compartilhamento de conteúdos audiovisuais em novos canais de comunicação, e hoje, impactam diretamente na cultura comunicacional contemporânea. Basta pensarmos no impacto gerado na “cultura da convergência” (JENKINS, 2009) e os novos modos de se repensar a produtividade e comercialização de conteúdos. Pode-se dizer que a incorporação de novos espaços de participação em rede vinculada às diversas possibilidades de transmissões, incita inquietações a respeito do que pode ser chamado de “televisão” na contemporaneidade. Cannito (2010) explica que a convergência reflete diretamente nos modos de organização e produção de conteúdos, uma vez que já não há razões para produzir conteúdos direcionados a uma determinada mídia. Ele explica que,

Telefonia móvel e fixa, PC, internet, broadcast, TV digital e interativa formarão uma plataforma de comunicação única e integrada. [...] A convergência remodela tudo: da linguagem à organização das empresas, que estão revendo seu plano de negócios e reorganizando seu modelo de produção. Uma tendência crescente neste mundo é o desenvolvimento de produtos e serviços cruzados entre empresas de diferentes setores da indústria da comunicação e entretenimento. [...] Não há mais sentido em separar as mídias, tudo é conteúdo digital e

pode ser convertido em suportes diferentes; as empresas não se definem mais como produtoras de uma mídia (revista, internet, televisão etc.) e sim como produtoras de conteúdo." (p. 84)

A participação dos espectadores concentradas, anteriormente, em círculos de amigos e familiares tomou proporções maiores pela popularidade das redes de sociabilidade. Espectadores experimentam a dinâmica de compartilharem simultaneamente comentários sobre o programa assistido através do fenômeno da “segunda tela”. De acordo com Wolton (1996), a televisão sempre foi um meio de comunicação que estimula a interação entre espectadores. De acordo com o autor, a televisão “é um formidável instrumento de comunicação entre os indivíduos. O mais importante não é o que se vê, mas o fato de se falar sobre isso” (WOLTON, 1996, p.16). Tal discussão acentuada pela adequação de produção de conteúdos (televisivos, aqui no caso) e a participação de espectadores está intrinsecamente ligada ao conceito da *Social TV* (*Social Television*). A *Social TV* é um fenômeno que envolve um tráfego televisivo através do compartilhamento de conteúdos e comentários a respeito de um conteúdo televisivo por intermédio da tecnologia (mídias sociais e aplicativos tecnológicos).

A *Social TV* ou “TV Social” teve início nos anos 2000 com pesquisas direcionadas à área da tecnologia, particularmente, na produção de aplicativos tecnológicos para a televisão interativa digital, denominada como iTV (FECHINE, 2016). Trata-se de uma “*mix* de tecnologias” da comunicação capaz de proporcionar experiências sociais ao redor dos conteúdos televisivos (HARBOE, 2008, p.1). Dada a convergência entre televisão e redes sociais, o termo *Social TV* se consolidou pelo *boom* da participação entre espectadores que comentam antes, durante e após a exibição do programa (*backchannel*¹⁸). Neste contexto, Yvana Fechine (2016) considera a TV Social:

qualquer troca que envolva conteúdos televisivos entre dois interagentes desde que seja mediada por tecnologias interativas, disponíveis no computador ou em dispositivos móveis, em plataformas que permitem relacionamentos e compartilhamentos.(p.4)

É possível dizer que, a Internet e a interatividade tornaram-se pilares para a indústria televisiva entender melhor os interesses de telespectadores pelos conteúdos assistidos. As indústrias televisivas enxergaram o processo de convergência como uma

¹⁸ Segundo Proulx e Shepatin (2012, p.11), o termo *backchannel* refere-se à “conversação em tempo real que está acontecendo através das mídias sociais durante a sua transmissão”.

oportunidade e aproveitaram a digitalização e a interatividade para expandir os negócios. O papel que a interatividade ocupa nos modos de assistir televisão, provavelmente traz conseqüências na configuração de usos da mídia e, dessa forma, nas expressões culturais contemporâneas. O livre acesso permitido e a popularidade dos serviços *on demand* provoca inquietações que possivelmente podem ressignificar o que pode ser hoje: mídia e audiência.

1.2. Interfaces e Espectatorialidade

O avanço tecnológico viabilizou a digitalização da televisão e novas formas de “produzi-la” para atender demandas de interesse de audiências. Neste momento, a produção de conteúdos torna-se digital, aliada à Internet, convertida para qualquer dispositivo tecnológico receptivo ao sinal. Este processo de digitalização implica em novos paradigmas: a multiplicidade e compartilhamento, de conteúdos audiovisuais através de diferentes interfaces interativas.

É nesse contexto que a televisão abandona o posto de único dispositivo para consumo pela possibilidade de compartilhar seus respectivos conteúdos em outros canais de divulgação na web, e em diferentes dispositivos tecnológicos, tais como: *smartphones, tablets, smart tvs*, etc.. Isto é, os conteúdos televisivos são convergidos para a *web* e transitam em diferentes dispositivos móveis no processo de convergência.

A convergência representa uma mudança de paradigma – um deslocamento de conteúdo de mídia específico em direção a um conteúdo que flui por vários canais, em direção a uma elevada interdependência de sistemas de comunicação, em direção a múltiplos modos de acesso a conteúdos de mídia...(JENKINS, 2009, p.325)

A ideia de que a Internet ameaçaria a TV acabou se revelando alarmista e apressada, já que outro panorama se apresentou: canais televisivos passaram a ter grande expectativa quanto à repercussão na *web* de sua programação. Nesse contexto, reforça-se aqui o potencial da presença do "boca a boca digital" (LACALLE, 2010), ao frisar como os próprios pares se tornam os maiores divulgadores e influenciadores de conteúdos televisivos através de suas manifestações *online*. Surgem, assim, diversos estudos sobre a importância da "segunda tela" (*second screen*), procurando analisar as

apropriações de conteúdos televisivos em plataformas como as redes sociais, onde usuários expressam seu engajamento com as produções audiovisuais.

Proulx e Shepatin (2012) lembram que anteriormente às novas mídias, a TV já era “social”, pois sempre houve muitas conversas cotidianas sobre os programas. Acontece que, atualmente, conectar-se à Internet para alimentar as redes sociais ao mesmo tempo em que se assiste TV, amplia enormemente essa conversação da audiência, que muitas vezes acontece simultaneamente à exibição do produto televisivo. Sonia Livingstone (1990) entende que indivíduos produzem sentidos naturalmente frente ao fenômeno da televisão, uma vez que assistem ao mesmo programa, especialmente os mais populares, com o objetivo de trocar experiências no contexto social. E provavelmente, tais experiências são acentuadas pelas conexões proporcionada no processo transmidiático.

Essas conexões suscitam questões de como tais espectadores lidam com o acesso digital (meios) nos modos de assistir televisão (audiência), principalmente quanto à temporalidade, uma vez que o espectador está livre da grade de programação. Para se ter uma ideia, tornou-se hábito de muitos usuários da tecnologia *on demand* realizar programações, ou até mesmo eventos, para assistir seriados de interesse, criando maratonas (ou também conhecidas como *binge-watching*) em finais de semana. Certo consumo tido como excessivo de algo em curto período. A expressão nasceu pelo acesso às temporadas disponíveis nos serviços *on demand*. Uma espécie de “fanáticos” por seriados, que chegam a consumir uma temporada num único final de semana (não é o caso de todos os espectadores). Temporalidade e interatividade trabalham juntas no hábito das maratonas. De acordo com Castellano:

cada vez mais, a televisão se configura como uma mídia híbrida entre o fluxo e o arquivo, e é isso que altera sua relação com a temporalidade e com o compartilhamento. O próprio Netflix é um exemplo perfeito de distribuição de conteúdo televisivo do tipo arquivo (2015, p.10)

Numa tentativa de mensurar o hábito de maratonas de seriados dos assinantes da Netflix, o serviço *online* realizou uma pesquisa que mede o “índice de maratonas”, avaliando as visualizações sobre as temporadas disponíveis na plataforma. Para essa medição foram analisadas 100 séries de TV em mais de 190 países, indo do gênero de comédia irreverente ao suspense. Primeiramente, ela revelou que um assinante “focado em completar a série” leva um pouco mais de duas horas diárias até terminar uma única

temporada. Identificou-se que os gêneros de ação ou mais energéticas na trama são consumidas com maior frequência, ou também “devoradas”, por exemplo, que os de drama, ou também “saboreadas”, como mostra a imagem abaixo:



Figura 5: Índice de maratonas Netflix¹⁹

Ainda, soma-se aqui, outros dados de mensuração, extraídos recentemente de outra pesquisa²⁰ também realizada pela Netflix. Tais resultados apontam que os assinantes levam em média de seis dias para assistir uma temporada inteira, e no Brasil, os fãs levam cerca de oito dias.

As maratonas ganharam destaque entre os fãs de séries, porém reforça-se uma inquietação no debate da temporalidade, a qual incide sobre a pesquisa, pois nem todos participam desse mesmo processo. Certamente, esse controle pode ser realizado da forma que o usuário desejar pela possibilidade de “livre-acesso”. É nesse sentido que a pesquisa contribuirá em elucidar, de um modo geral, o aspecto da temporalidade

¹⁹Fonte: https://media.netflix.com/pt_br/press-releases/netflix-binge-new-binge-scale-reveals-tv-series-we-devour-and-those-we-savor-1 A Netflix analisou mais de 100 séries em mais de 190 países entre outubro de 2015 e maio de 2016. A pesquisa examinou o tempo que os assinantes levaram para completar a primeira temporada de todas as séries. Só foram contabilizados os dados de assinantes que assistiram à temporada completa. Os índices de conclusão foram organizados em dias e horas. A média global dos dias para completar a primeira temporada destas séries foi de cinco dias. A média de horas assistidas no geral foi de duas horas e dez minutos. Séries assistidas por menos de duas horas diárias foram consideradas como "saboreadas". Séries assistidas por mais de duas horas diárias foram consideradas "devoradas". Datas de lançamento, tempo de disponibilização ou número de episódios das séries não foram fatores determinantes. A classificação de uma série no Gráfico de Maratonas não tem relação com a audiência.

²⁰Fonte: https://media.netflix.com/pt_br/press-releases/netflix-binge-new-binge-scale-reveals-tv-series-we-devour-and-those-we-savor-1

nos hábitos de assistir televisão, sobretudo nos serviços *on demand*, e entender se esse aspecto implica numa possível ordenação dessa audiência.

Stranger Things é classificado como uma série norte-americana no gênero “terror” e segundo a referente pesquisa, pode ser encaixada na categoria de “devorar”, isto é, os espectadores assistem de modo “contínuo” a série. Um exemplo desse típico comportamento foi a maratona organizada pelo IFCE – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará, que ofertou a primeira temporada em três dias consecutivos no mês de outubro de 2016, como mostra a ilustração abaixo, coletada no *website* de entretenimento “Bora Sair” da cidade de Baturité:

<p>Qual é a programação?</p> <p>Outubro é mês das crianças, mês do Halloween, e pra entrar no clima o projeto de extensão Cine Debate traz uma Maratona da série mais vicante e queridinha do momento: STRANGER THINGS!</p> <p>“Um garoto desaparecido. Um laboratório do governo cheio de segredos. Uma mãe que não irá descansar até encontrar o filho. Uma garota no mínimo estranha...”</p> <p>Serão 08 episódios em três dias de Maratona Stranger Things, anota aí na agenda, dias 17/out (ep 01 e 02), 18/out (ep 03,04 e 05) e 19/out (ep 06,07 e 08) !!!</p> <p>O horário que teve maior procura foi o da noite agora é só preparar a pipoca, chamar os amigos e vir descobrir por onde anda o Will... #suspense #fantasia #asfériasestãochegando #CineoIFCE #censura16anos #legendado</p>	<p>Quando?</p> <p>17 de Outubro de 2016, Segunda-feira, às 18:30h</p> <p>Onde?</p> <p>IFCE / Campus Baturité Rua Ovidor Mor Vitoriano Soares Barbosa, 0001. Sanharão CEP: 62760 Baturité</p> 
--	---

Figura 6: Divulgação maratona Stranger Things

Tais transformações no consumo midiático podem ser identificadas na pesquisa quantitativa e qualitativa *Ericsson Consumer Insight Report* realizada pela empresa norte-americana *Ericsson* em 2015 em mais de dez países, tais como: Brasil, México, Estados, Unidos, Canadá, França e Inglaterra. Os resultados revelam o crescimento significativo e a migração da audiência para dispositivos móveis em destaque na faixa etária entre 16 e 24 anos. Como ilustra a figura abaixo:

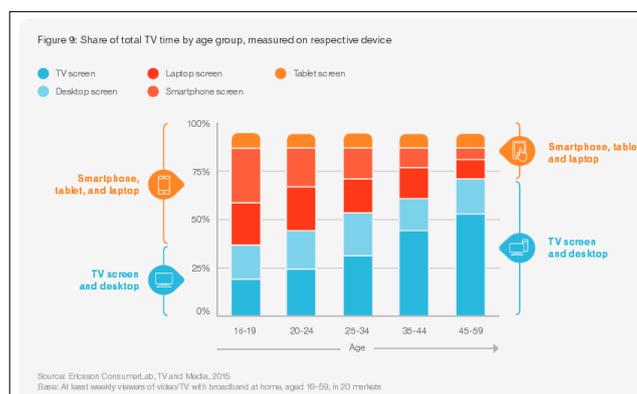


Figura 7: Consumo de TV por faixa etária em dispositivos tecnológicos²¹

²¹ Fonte: <https://www.ericsson.com/assets/local/networked-society/consumerlab/reports/tv-media-2016-presentation-ericsson-consumerlab.pdf>

Emissoras de televisão estenderam seus investimentos ao circularem seus conteúdos em plataformas próprias ou distribuidores de *vídeo-on-demand* (VOD). A Kingstone Communications foi pioneira neste processo de comercialização de VOD em 1998²². No Brasil, a Rede Globo já oferece serviços de VOD via *streaming*, chamada Globo Play (Rede Globo de Comunicações). São diferentes pacotes com limitações de títulos que podem ser adquiridos por qualquer usuário.

A Netflix tornou-se referência e talvez a grande pioneira em na comercialização de conteúdos audiovisuais, como veremos a seguir. A partir dela, outras plataformas estão entrando no mercado *on demand*, uma vez que destacou-se os serviços de VOD nos modos de assistir televisão.

Pode-se observar a pluralidade de operadoras de VOD, hoje, no Brasil e a disponibilidade dos serviços *on demand* para o público, além de suas respectivas demandas de oferta (filmes, séries, canais de transmissão) e valores de assinatura. De acordo com a coleta são dez operadoras comercializando esse tipo de serviço, conforme imagem abaixo:

TELAS CUSTOMIZADAS				
Serviços de vídeos sob demanda disponíveis no país				
Netflix R\$ 16,90 mensais Filmes, séries, entre outros. O número total não foi informado Disponível para o público em geral	NOW Há títulos gratuitos e pagos, a partir de R\$ 3,90 Mais de 10 mil filmes e programas Disponível para clientes da Net HD	Cine Sky HD R\$ 7,90 e R\$ 9,90 por título Cerca de 30 filmes Disponível para assinantes da Sky HDTV Plus	Sky Online R\$ 15,90 mensais ou comprar/alugar títulos avulsos Mais de 2.300 filmes e programas de TV Disponível para clientes Sky	Vivo Play R\$ 15,90 mensais Aproximadamente 5.000 filmes, séries, entre outros Disponível para o público em geral
GVT On Demand Há conteúdos gratuitos e pagos, a partir de R\$ 2,90 Cerca de 5.000 títulos, entre filmes e programas Disponível para assinantes da GVT	ClaroVideo R\$ 13,90 mensais ou comprar/alugar títulos avulsos Filmes e programas de TV Disponível para o público em geral	HBO Go Grátis Mais de 1.500 títulos, entre filmes, séries e documentários Disponível para assinantes da HBO/Max na Sky	Telecine Play Grátis Mais de 1.500 filmes Disponível para assinantes dos seis canais da Rede Telecine*	Muu Grátis Cerca de 3.000 vídeos, entre filmes e programas Disponível para assinantes de ao menos um canal Globosat **

* Na TV, assinantes da GVT, Net HD, Oi TV Fibra e Vivo TV; e na internet, clientes da Claro TV, GVT, Net, Net Fortaleza, Oi TV, Sky, Vivo TV e TV Alphafile.
** Clientes da GVT, NET, NET Fortaleza, NET Angra e CTBC

Figura 8: Telas customizadas²³

²²Fonte: http://www.img.lx.it.pt/~fp/cav/ano2008_2009/Trabalhos_MEEC_2009/Artigo_MEEC_30/Video-on-Demand_n52164/Video-on-Demand_website/files/Download/Video-on-Demand.pdf

²³Fonte: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/09/1346222-tv-sob-demanda-e-internet-mudam-attitudes-do-espectador-que-esta-mais-ansioso-e-viciado.shtml>

Uma das empresas líderes de mercado e de maior visibilidade é o fenômeno Netflix, produtora de *Stranger Things*. Para entendermos melhor o sucesso de *Stranger Things* torna-se necessário entender a trajetória da empresa responsável pelo seu sucesso, assim como elucidar possíveis comportamentos dos fãs da série, nos modos contemporâneos de assistir televisão.

A Netflix nasceu em 1997 com o propósito de oferecer conteúdos televisivos pela web (*streaming*) em diferentes plataformas, tais como: *smartphones*, *tablets*, *smart tvs*, entre outros. São mais de 70 milhões de usuários no mundo inteiro, segundo website oficial. A empresa foi fundada no dia 29 de agosto de 1997 pelos empreendedores Reed Hastings e Marc Randolph na cidade de Scotts Valley, no Vale do Silício em 1998. Neste período comercializava locação e venda de títulos de filmes *à la carte*, num acervo de aproximadamente 925 títulos. Em 2005, a empresa já havia mais de 35.000 títulos devido o sucesso. Em 2005, a empresa já havia mais de 35.000 títulos devido o sucesso. Após dois anos já comemorava o aluguel de um bilhão de DVDs. Em 2009, o acervo estava disponível em *smartphones* através de um aplicativo desenvolvido pela empresa. Pode-se dizer que a expansão mundial da empresa iniciou a partir desta tecnologia. Para melhor entendimento dos dispositivos tecnológicos mais utilizados para consumo de conteúdos de *VOD*, a mesma pesquisa já citada - “Ericsson Consumer Insight Report” - realizou um comparativo entre as principais empresas de serviços *on-demand* (You Tube e Netflix) e verificou-se a expressiva audiência da plataforma entre *tablets* e *smartphones* (dispositivos móveis), como verificado no gráfico extraído da pesquisa, a seguir:

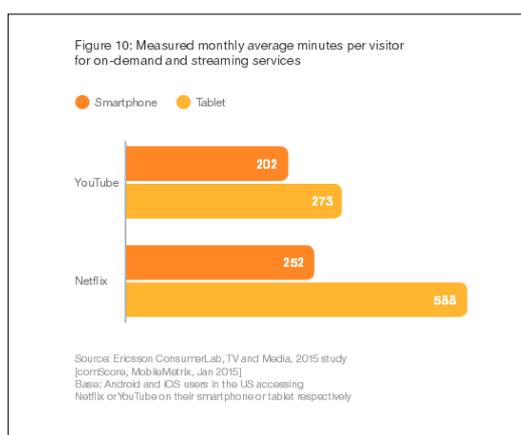


Figura 9: Consumo comparativo entre dispositivos móveis - Netflix e You Tube²⁴

²⁴ Fonte: <https://www.ericsson.com/res/docs/2015/consumerlab/ericsson-consumerlab-tv-media>

Pode-se observar que o dispositivo tecnológico *tablet* destaca-se para o acesso da plataforma Netflix. Tal relevância já não é tão acentuada no comparativo com o Youtube, em que predomina o acesso mais freqüente pelo dispositivo móvel: *smartphone*. Provavelmente *Stranger Things*, disponibilizado pela Netflix é assistido com maior freqüência pelo *tablet*, como aponta a pesquisa.

O comportamento de consumo televisivo possivelmente se popularizou perante a participação do público e os interesses em diferentes grupos (comunidades virtuais), beneficiado pelas redes de socialização da Internet e a queda de custos de distribuição. São títulos disponíveis virtualmente e escolhidos através de comunidades que contribuem ativamente com informações de interesse em redes sociais, sem qualquer necessidade de espaços físicos para estoque. Esse processo é um exemplo que corresponde ao modelo da “Cauda Longa”, criado por Chris Anderson em 2004: os volumes de negócios são otimizados e direcionados para atender não somente públicos massivos, mas também comunidades de nichos. Não significa, certamente, o declínio de títulos comerciais (*blockbusters*), mas, ao mesmo tempo, oportuniza também títulos segmentados voltados para atender a diversidade de públicos específicos. Volumes, que antes permaneciam encalhados em estoques físicos, agora podem ser negociados virtualmente. Esses títulos segmentados tornaram-se parte integrante de uma “cauda”, hoje já negociada em plataformas virtuais, como é o caso da Netflix. Para ilustrar o efeito “Cauda Longa” na Netflix, segue ilustração dos avanços obtidos em 2000:

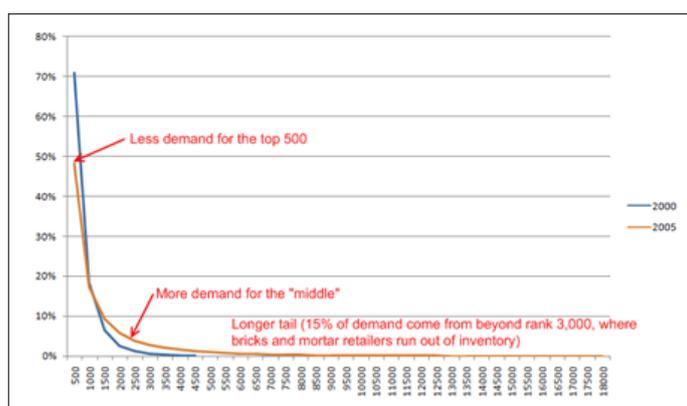


Figura 10: Cauda Longa Netflix²⁵

²⁵ Fonte: http://www.longtail.com/the_long_tail/2009/09/netflix-data-shows-shifting-demand-down-the-long-tail.html

Antes da “Cauda Longa”, apenas produtos mais populares eram comercializados pelos custos de distribuição e armazenamento físico, diferentemente do mercado digitalizado, em que pode-se estocar e negociar os títulos virtualmente em redes democratizadas. Os dados apresentados na Figura 10 indicam a popularidade de títulos específicos a partir de 2005, ano em que a empresa digitalizou suas entregas. Em 2000, enquanto ainda com entregas físicas, 500 dos principais títulos mais procurados na empresa correspondiam a 70% das visualizações, já em 2005 com a digitalização, o número diminuiu para 50%. É notório também o elevado número de consumo de títulos específicos, ou seja, menos populares, pela continuidade da cauda, onde 15% da demanda total correspondem a partir de títulos na 3000^a posição.

Esses recursos tecnológicos e agora, mercadológicos, foram protagonistas de uma transformação sociocultural, que transcende o consumo de materiais, agora virtualizados e endereçados aos públicos mais específicos. São consumidores que tornaram-se mais participativos e engajados na *web*, ao barganharem o que desejam assistir em redes sociais, por exemplo. Dessa forma, a indústria televisiva pode “ouvir” essa demanda de telespectadores sob diversos aspectos: o que querem e qual a melhor interface para assistir os conteúdos de interesse, quais as opiniões sobre conteúdos televisivos, entre outros do gênero. Sob o ponto de vista da audiência, é importante ressaltar que existe uma diversidade nos modos de recepção frente às estratégias da esfera da produção, conforme chama atenção Castellano (2015):

Nesse sentido, as novas estratégias de produtores de conteúdo como o Netflix, que disponibiliza as temporadas de suas séries de uma só vez no serviço de streaming, cria uma situação em que uma mesma comunidade de fãs se vê atravessada por múltiplas possibilidades de recepção. Ou seja, para além da disponibilização em escala global dos produtos televisivos, há a questão da agência do espectador, que pode optar pelo modo mais conveniente de fruição do conteúdo, criando para si uma temporalidade única, que pode, ou não, estar vinculada a esse espaço de coabitação social. (p.12)

A presença de tal diversidade também será investigada no caso da série *Stranger Things*, em especial, procurando-se observar, primordialmente, até que ponto a presença participativa nas comunidades de fãs da série está embasada, em muitos casos, pelos aspectos nostálgicos embutidos na trama, os quais retratam uma colagem com produções cinematográficas, trilhas sonoras, artistas, dentre outros ícones da década 80, como veremos no capítulo seguinte.

2. Cultura de fãs da série Stranger Things

2.1. O viés nostálgico da série Stranger Things

Stranger Things é uma série norte-americana produzida pela Netflix. Segundo especialistas, foi desenvolvida a partir da análise do comportamento do usuário na plataforma, e já está entre as mais assistidas séries ofertadas pela plataforma, segundo o Symphony Advanced Media, instituto de pesquisas midiáticas com base em São Francisco, como podemos verificar na imagem abaixo:

PROGRAM-NETWORK	PROGRAM-SEASON	TIMESHIFT(CUM)	AA Rating	AA Viewership (000)
Fuller House - Netflix	S-1-Fuller House	live + 16 days	9.51	13,161
Orange Is The New Black - Netflix	S-4-Orange Is The New Black	live + 16 days	9.42	13,034
Stranger Things - Netflix	S-1-Stranger Things	live + 16 days	5.94	8,216
Marvel's Daredevil - Netflix	S-2-Marvel's Daredevil	live + 16 days	4.93	6,820

Figura 11: Ranking Stranger Things/Produções Netflix²⁶

Os protagonistas desse fenômeno já estimularam a circulação de diversas interpretações sobre a temática em diversos formatos (imagens, vídeos, *memes* e *gifs* etc.) produzidas por fãs. A temática de Stranger Things instiga a memória dos espectadores ao trazer de volta aspectos da vida cotidiana, especialmente, dos anos 80. Não somente pelo cotidiano retratado nas cenas da série, mas pelo viés nostálgico de produções cinematográficas clássicas da época. Essa correlação com tais referências, em especial com os filmes clássicos potencializa a experiência de espectadores da série pelas lembranças obtidas através de imagens produzidas. Acredita-se que, um dos objetivos dos criadores da Stranger Things seja, de fato, produzir tal sentido (nostalgia). O potencial nostálgico é apresentado, em primeira instância, pela marca e trilha de abertura da série. A trilha de abertura faz alusão ao álbum ‘Vortex’ de John Carpenter. Segue frames da abertura para ilustrá-la:



Figura 12: Abertura oficial de Stranger Things²⁷

²⁶ Fonte: <http://www.adorocinema.com/noticias/series/noticia-123710/> - Acessado em Agosto de 2016

²⁷ Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=VPDZkbq0Zp8>

A fonte tipográfica (ITC Benguiat) utilizada na marca é a mesma usada pelas obras impressas de Stephen King, que também assina outras referências, no campo audiovisual, em relação à Stranger Things, tais como: “Carrie, a Estranha” (*Carrie* - 1974) e “Conta Comigo” (*Stand by me* - 1986). A verossimilhança com a marca pode ser identificada na ilustração abaixo:



Figura 13: Comparativo entre fontes utilizadas na obra de Stephen King e na série²⁸

É perceptível a similiaridade do material de divulgação de Stranger Things com os pôsters dos filmes clássicos dos anos 80 . A Netflix contratou a designer Kyle Lambert e sugeriu que ela remetesse ao estilo gráfico dos materiais publicitários dos anos 80, época que os pôsteres eram pintados à mão. Lambert recorre à arte de Drew Struzan, designer pioneiro na montagem de personagens em primeiro plano, conforme resumo no seu portfólio digital “Behance”. Seguem imagens do processo criativo:

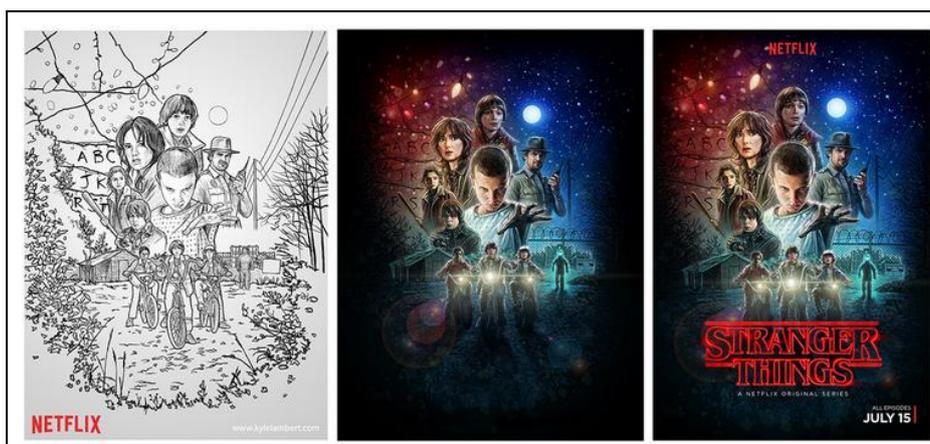


Figura 14: Material de divulgação – Kyle Lambert²⁹

²⁸ Fonte: <http://www.telegraph.co.uk/on-demand/0/stranger-things-all-the-hidden-and-not-so-hidden-references-in-p/stephen-king/>

²⁹ Fonte: <https://www.behance.net/gallery/40664543/Stranger-Things-Netflix-Poster-Art>

Desse modo, as relações com o material de divulgação da série (pôsteres) não termina no processo criativo de Lambert. Para exemplificar as inspirações nas técnicas de Drew Struzan, certamente a criação foi inspirada em filmes clássicos dos anos 80, tais como: Star Wars e Goonies, como pode-se verificar nas imagens abaixo:



Figura 15: Relação gráfica com pôster Star Wars³⁰



Figura 16: Relação gráfica com pôster Goonies³¹

Tal experiência é traduzida pelos próprios fãs da série, que reproduzem essa associação (produções cinematográficas e série) na *web* através de imagens comparativas. Para melhor entendimento de tal correlação, seguem algumas amostras, em que se referencia e detalha momentos da série com tais produções cinematográficas, a partir de pesquisa exploratória. A coleta de material conta com imagens de um fã que lançou um vídeo com tais associações com filmes da época, como os clássicos: Goonies (1985) e E.T.- O Extraterrestre (1982), dentre outros, divulgado na plataforma Vimeo,

³⁰ Fonte: <http://mundotentacular.blogspot.com.br/2016/08/stranger-things-referencias-homenagens.html>

³¹ Fonte: <http://entretenimento.r7.com/blogs/alvaro-leme/stranger-things-e-o-goonies-da-nova-geracao-20160718/>

como mostra a figura a seguir, com frames de tela do vídeo:

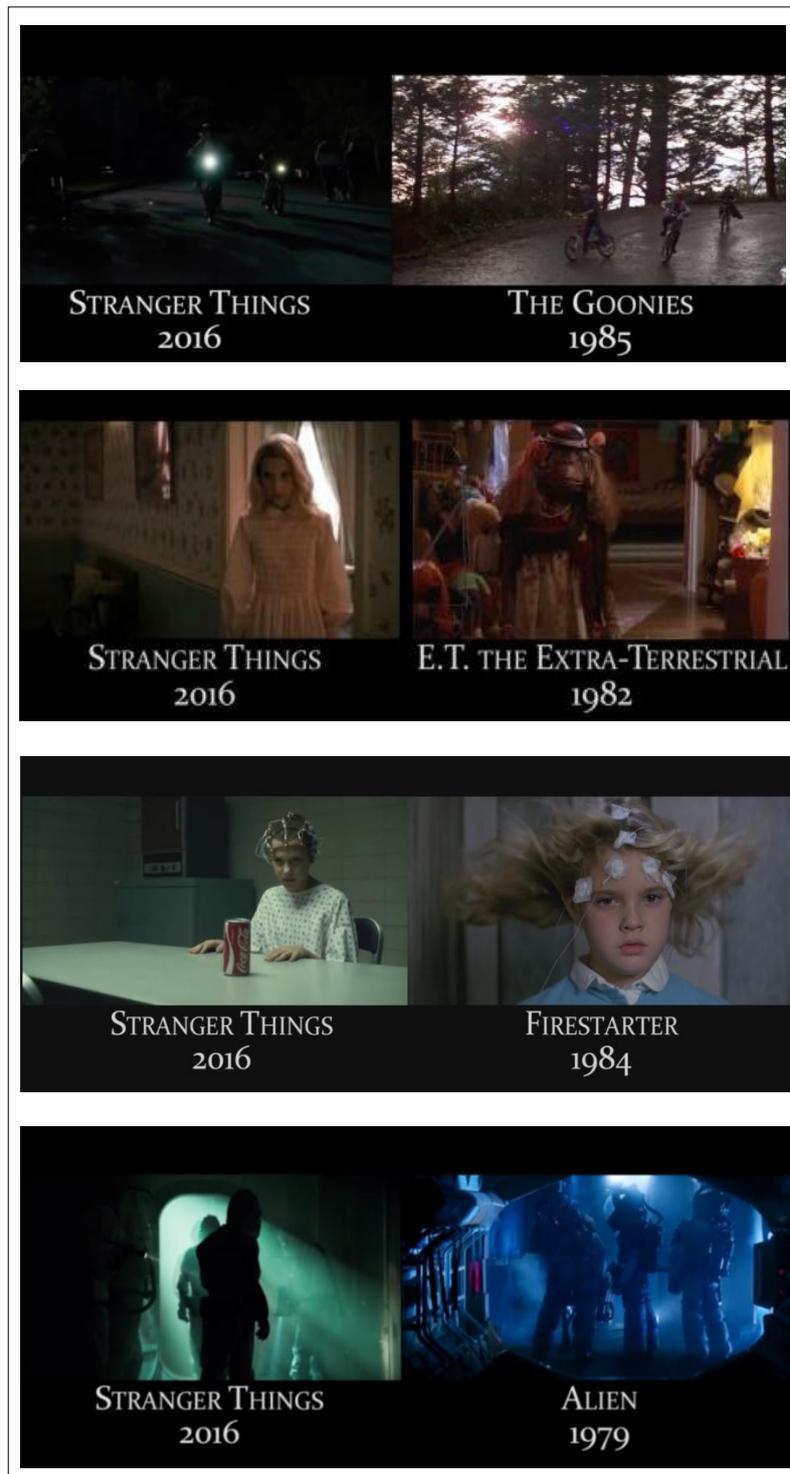


Figura 17: Comparativo entre a série e as produções cinematográficas³²

³² Fonte <https://vimeo.com/175929311>

Pode-se perceber que o artefato (comparativo) produzido por esse fã está calcado numa relação social entre três pilares que se interagem: produtos audiovisuais da época, a temporalidade do seriado em questão e o espectador. São objetos, imagens, sons de uma determinada época que o ajudaram a associá-las à narrativa e estética produzida pela série *Stranger Things*. Seguem outras referências cinematográficas e suas relações com a série:

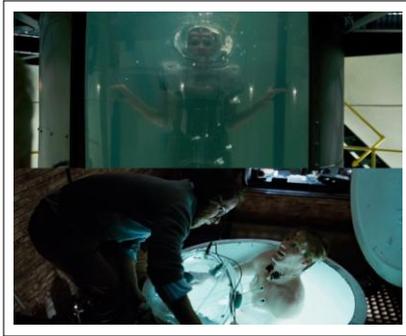


Figura 18: Viagens Alucinantes (1980)³³



Figura 19: Clube dos Cinco (1985)³³



Figura 20: Chamas da Vingança (2004)³³



Figura 21: Contatos Imediatos de Terceiro Grau (1977)³³

Além dessas referências cinematográficas, ainda foram identificadas relações com outras produções, tais como: “*Poltergeist*” (1982), “*Blow Up - Depois daquele beijo*”(1966), “*Dublê de Corpo*” (1984), “*Janela Indiscreta*” (1954), “*Tubarão*” (1975), “*A Hora do Pesadelo*” (1984), “*Jogos Fatais*” (1986), “*Eles Vivem*” (1988), “*Labirinto do Fauno*” (2006), “*O Enigma do Outro Mundo*” (1982), “*Videodrome - A Síndrome do Vídeo*” (1983) e *Scanners* (1981).

³³ Fonte: www.exame.com/ciencia – Acessado em 20/07/2016

Ainda na investigação dos aspectos nostálgicos que circunda a série, a personagem Eleven foi inspirada em animações como “Akira”, filme *anime* clássico da década de 80 e “Elfen Lied”, *anime* de 2005 (inspirado em Akira, segundo *website* “mundodeseries.com”). Ambas são personagens que poderes psíquicos semelhantes da personagem. Além da personagem Fênix, de X-Men em que se assemelha com os poderes sobrenaturais apresentados na edição da revista em quadrinhos X-Men, edição nº 134, como mostram as imagens abaixo:

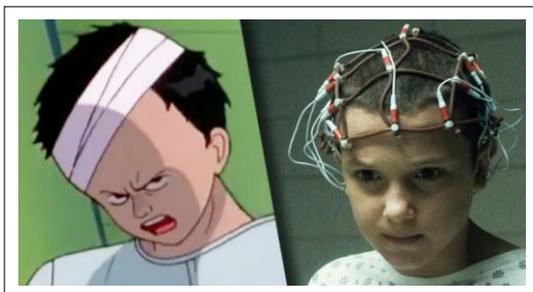


Figura 22: Referência Akira e Eleven³⁴



Figura 23: Referência Elfen Lied e Eleven³⁵



Figura 24: Referência Fênix (X-Men)³⁶

A nostalgia que circunda a série também é evidenciada em outros aspectos da produção: a trilha sonora de abertura foi desenvolvida, especificamente, na produção cinematográfica “Halloween”, de John Carpenter. Os intérpretes: Winona Rider e Matthew Modine são estrelas de filmes da década de 80. Figurinos e cenários são representativos da década, nota-se a presença de cartazes de filmes da época, como: “Enigma de Outro Mundo” e “Uma Noite Alucinante” nas paredes dos cômodos das

³⁴ Fonte: www.vulture.com – Acessado em 03/08/2016

³⁵ Fonte: www.geekDama.com.br – Acessado em 04/12/2016

³⁶ Fonte: www.revistamoviment.com – Acessado em 26/06/2016

casas, por exemplo. São signos traduzidos em: trilhas sonoras, cartazes em cenários, celebridades, jogos, e momentos do cinema da época que são experimentados por esse público. Além das referências audiovisuais, Stranger Things conta ainda com *playlists* na plataforma Spotify com músicas da década de 80 de artistas, tais como: Joy Division, The Clash, New Order, dentre outros artistas que mantiveram *hits* nesta mesma época que participam também da trilha sonora, como: The Bangles, Toto e Reagan Youth.

2.2. Nostalgia, memória e “capital emocional”

Cabe aqui ressaltar que apesar desse contexto nostálgico, o público de Stranger Things não se restringe apenas naqueles que vivenciaram determinada época (década de 80), mas também numa nova geração que experimenta essa sensação pela primeira vez através das imagens representativas e embutidas no seriado, como podemos verificar na imagem abaixo, que apresenta aspectos nostálgicos e sua relação com a série, extraído da comunidade de fãs “Stranger Things Brasil” da série no Facebook:



Figura 25: Conteúdo “Nostalgia”

Após o lançamento da primeira temporada, a popularidade e o interesse pela série é expressiva em redes de sociabilidade, e instiga diferentes reações quanto ao mistério estabelecido, em especial o aspecto “saudosista”, como pode-se identificar na figura abaixo extraído poucos dias após a data do lançamento (15 de Julho de 2016) na comunidade de fãs “Stranger Things” da Netflix :



Figura 26: Participação sobre episódio de Stranger Things

Podemos perceber na Figura 26, a presença do “capital emocional” (JENKINS, 2009) depositado através dos depoimentos de fãs em vários aspectos sobre a referida publicação, que nos remete uma cena heróica extraída de Stranger Things: um aspecto nostálgico de voltar a ser criança e de brincar com jogos da década de 80, nos seguintes comentários: “Essa série me fez querer ser criança novamente para brincar de Stranger Things com meus amigos” e “Não precisa ser criança para brincar com os amigos. Liga pra ele e marca um RPG ou um imagem em ação, carambolas”. Aspectos de temporalidade: “Só essa semana já vi a série umas 2 vezes para pegar os detalhes que ficaram pra trás”. Aspectos de credibilidade: “Stranger Things está me fazendo voltar acreditar nas pessoas e nas amizades”. E um possível *spoiler* também: “Puxa, a On morreu mesmo?”. Outro fã responde: “não morreu não só ficou presa do outro lado”. Tais aspectos traduzem certa potencialidade da cultura participativa, uma vez que um único depoimento pode-se desdobrar para grandes debates.

Toda a devoção dos fãs é impressa em produtos fabricados por eles próprios. Verificou-se em outras redes sociais Twitter, Instagram e Pinterest acessadas com a *hashtag* #strangerthings, publicações sobre a correlação, em especial, com a década de 80. São pôsters de filmes com nomes de personagens (troca-se “E.T.” por “E.L.”), fitas cassete são postadas com a trilha sonora da série, além outras produções que remetem ou demonstram uma vivência da época de 80 em *fanarts*, como pode-se observar nas imagens coletas a seguir:



Figura 27: Publicação Nostalgia no Twitter³⁷



Figura 28: Publicação Fita cassete³⁸

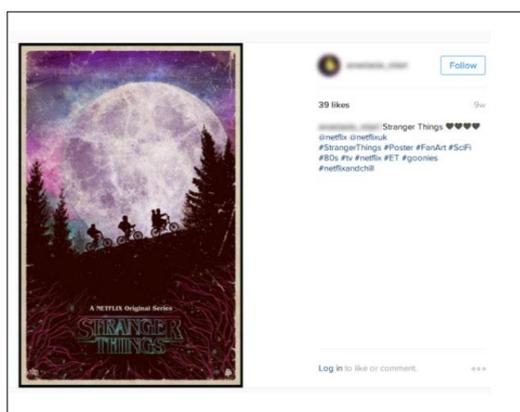


Figura 29: Publicação especial: E.T.³⁹



Figura 30: Publicação comparativo E.T. e E.L.⁴⁰

Tal processo de associação entre a trama e o aspecto nostálgico da série com outras produções cinematográficas somente foi possível através da memória de espectadores (e dos produtores também) que perceberam tal semelhança ao referenciar tais signos (sons, imagens, etc.) da década de 80. Para compreender esse processo, Bergson (1999) explica que a memória deve ser entendida em dois aspectos: como “corpo” e “matéria”. Através do corpo pode-se construir subjetivamente os objetos e as respectivas relações com o mundo. E através das imagens (matéria), o indivíduo consegue captar e armazenar acontecimentos, criar uma relação social com elas, e dessa maneira, cabe ao cérebro a função de acionar a lembrança, a partir da identificação

³⁷ Fonte: <https://twitter.com/tweetalbert/status/760686540607647744>- Acessado em 20/10/2016

³⁸ Fonte: <https://twitter.com/search?q=%23strangerthingsbr&src=typd>- Acessado em 20/10/2016

³⁹ Fonte: <https://www.instagram.com/p/BJLORLah6pL/>- Acessado em 20/10/2016

⁴⁰ Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/490610953140427070/>- Acessado em 20/10/2016

construída em cada uma delas. Ou seja, de acordo com o autor, a identificação da lembrança está voltada nos acontecimentos de determinada época através da associação de um conjunto de imagens. Ele reforça que:

Não há percepção que não esteja impregnada de lembranças. Aos dados imediatos e presentes de nossos sentidos misturamos milhares de detalhes de nossa experiência passada. Na maioria das vezes, estas lembranças descolam nossas percepções reais, das quais não retemos então mais que algumas indicações, simples signos⁴¹ destinados a nos trazerem à memória antigas imagens (BERGSON, 1999, p. 30).

Tais lembranças podem ser consideradas o ponto central de muitas discussões geradas em fóruns, redes sociais, blogs, etc. sobre a série. Segundo Bergson (1999), trata-se de referências que nos remetem sempre ao passado, como aqui no caso dos aspectos nostálgicos dos anos 80. Um exemplo é a discussão gerada em torno dessas referências num dos principais fóruns por adoradores de séries, “Legião de Heróis”. Nele, percebe-se que as lembranças dessa época são geradas pelas referências de Stranger Things. Espectadores debatem sobre referências lembradas da época com cenas da série. Trata-se de uma lembrança calcada no simbolismo de cada imagem (“captar e armazenar acontecimentos”), aqui no caso de pôsteres da época: “The Evil Dead”, “The Thing” e “Tubarão”, conforme ilustração abaixo extraída do fórum:



Figura 31: Fórum “Legião de Heróis”⁴¹

⁴¹ Fonte: <http://legiaodosherois.uol.com.br/lista/24-referencias-e-easter-eggs-em-stranger-things.html>-
Acessado em 17/11/2016

Tais aspectos nostálgicos provocam inquietações quanto ao consumo do simbolismo de cada referência, sejam elas pôsteres, móveis, vestuários, objetos de decoração, e até mesmo filmes e trilhas sonoras e comportamentos da época. Estabelecem-se aqui dúvidas quanto à funcionalidade desses signos tão expressivos, ao ponto de estabelecer interações em redes de discussões. Neste caso, procurou-se autores que esclarecessem a relação que existe entre consumo e tais representatividades, como veremos no capítulo seguinte.

3. Dinâmicas das comunidades de fãs da série *Stranger Things*

3.1. Consumo midiático em *Stranger Things*

Segundo Slater (2002), todo o consumo é cultural porque sempre envolve significado, ou seja, desse modo passa-se a se preocupar, não somente pelo princípio utilitário da mercadoria, mas também pelo significado embutido nela. São “signos-mercadoria”, impulsionados pela propaganda, com funções ideológicas. Nada menos que práticas de consumo que determinam identidades e modos de vida, uma vez que o consumidor tem o poder de escolha para decidir a compra. São preferências individuais estabelecidas culturalmente através do valor de que está sendo consumido. Trata-se de identificar novos estilos de vida legitimados pelo valor simbólico das coisas, ou como o próprio autor chamou de “signo-funções”, uma vez que a sociedade pode reinventar a funcionalidade da mercadoria, como relacionar o consumo ao *status* de um indivíduo. Baudrillard (2008) já afirmava que “não consumimos coisas, mas somente signos”. O autor ressalta que “o consumo define-se sempre pela substituição da relação espontânea mediatizada por meio de um sistema de signos”. Este é o caso de *Stranger Things*, que possui não só a função de disponibilizar títulos, mas também promove seu “signo-função” pelo reconhecimento de valores agregados à marca mundialmente, criando uma identidade em usuários através do consumo da plataforma. Pode-se dizer que: “eu consumo *Stranger Things*, e ao mesmo tempo, faço parte uma comunidade que se diferencia por participar ou desejar viver aspectos da década de 80, do gênero terror e de outras temáticas que envolvem a série”.

O livre arbítrio de escolher qualquer título e compartilhar informações a respeito de uma série específica, por exemplo, organiza identidades e segmenta grupos representativos por gêneros. Pode-se dizer que: a escolha do título incide diretamente sobre a identidade desse usuário, de acordo com a preferência do tipo de gênero escolhido para o consumo. Essa decisão classifica identidades, comunidades de um determinado gênero assistido. Como por exemplo: assinantes que preferem assistir séries do gênero comédia, ou vampiros, policial, etc. Essa identidade é legitimada através do compartilhamento de informações mantido nas redes sociais entre os determinados públicos, e criam nichos específicos de públicos de interesse.

Campbell (2004) defende que o ato do consumo estabelece uma identidade. Segundo o autor, os indivíduos “descobrem quem são” ao examinar as reações obtidas frente aos produtos e serviços oferecidos, e dessa forma, revelam suas respectivas identidades pelos gostos e desejos adquiridos naquele momento, dando sentido à existência. Isso não significa que o fato de consumir um produto determina a identidade de um indivíduo. A identidade é estabelecida a partir da relação com o produto. Ou seja, esse monitoramento sobre as respostas obtidas frente ao produto é o que dá sentido ao autoconhecimento. É algo íntimo, intransferível, individual.

Esse caráter individual da cultura do consumo é refletido hoje no consumo televisivo, em que os modos de assistir televisão ficaram mais particulares, ou seja, o “horário nobre” tornou-se, possivelmente, particular (consumo individual) evidenciado na Netflix. Pode-se assistir *Stranger Things*, sem a necessidade de compartilhar com amigos ou parentes uma mesma interface, como o aparato televisivo analógico (consumo coletivo). Além de democratizar opiniões em plataformas sociais com outros usuários sobre o conteúdo assistido, e dessa maneira, direcionar a informação para audiências específicas. Essa interatividade probabilizada pelas inovações tecnológicas, verificado no início do capítulo, talvez seja a “força motriz” da “cultura da convergência”. De acordo com Jenkins (2009), o processo de convergência vai além da questão midiática, é cultural também. Ele reforça que:

Consumidores estão aprendendo a utilizar diferentes tecnologias para ter um controle mais completo sobre o fluxo da mídia e para interagir com outros consumidores. As promessas desse novo ambiente de mídia provocam expectativas de um fluxo mais livre de ideias e conteúdos. Inspirados por esses ideais, os consumidores estão lutando pelo direito de participar mais plenamente de sua cultura. (p.46)

Portanto, existe uma evidenciação na cultura da convergência: a participação de públicos no momento e que as mídias tornaram-se interativas. Essa participação é reavaliada pelo autor, uma vez que não trata somente de um *feedback*. São narrativas construídas a partir de uma criação coletiva, livres também para recriações por “fansumidores” (fãs + consumidores). Em redes de sociabilidade pode-se criar e recriar narrativas e interagir com o produto/marca em comunidades virtuais. O desejo expressado por esses fãs é, em grande parte, refletido na participação e engajamento com o produto/ marca.

3.2. Procedimentos metodológicos

No processo metodológico, primeiramente, torna-se importante esclarecer que trata-se de uma pesquisa embasada nos estudos de “recepção transmidiática” (IMMACOLATA, 2011), ou seja, compreender uma audiência participativa num ambiente em que se evidencia o fenômeno da interatividade pela “transmídiação” (JENKINS, 2009). Especificamente, observar esta recepção como fonte produtora pelos modos de criar, reelaborar, compartilhar e discutir conteúdos televisivos na Internet.

Maria Immacolata Lopes (2011) explica que os estudos de fãs tornaram-se relevantes pela crescente conexão e pluralidade de canais com seus respectivos conteúdos de interesse. Os fãs seguem conteúdos espalhados em diferentes mídias dentro de uma cultura compartilhada. São diversos fãs envolvidos com o gênero de interesse, aqui no caso da dissertação, a fictícia série *Stranger Things*. De acordo com ela:

No ambiente transmidiático, parece que as pessoas se envolvem cada vez mais com os conteúdos do que com formatos ou canais – grupos musicais, telenovelas ou times de futebol favoritos, onde quer que se encontrem, em qualquer meio ou plataforma. Estudos de fãs tornam-se cada vez mais importantes à medida que as audiências se fragmentam e se diversificam. Quanto mais os meios se tornam mais interconectados, são os conteúdos que crescentemente interessam ao fã que passa a segui-los em toda as mídias, tecendo-os perfeitamente também às suas comunicações face a face. Isso não quer dizer que a forma não seja importante. Em estudos de televisão, o conceito de gênero tem nos servido para pensar a interação entre texto e leitor. (p.6)

Está em jogo a construção de uma audiência, a qual remonta sua participação pelo potencial da produção e interação, não somente presencialmente, mas também em diversos canais. Logo, busca-se aqui uma compreensão melhor a respeito do consumo dos fãs como forma de expressão e identidades. Entender como os indivíduos constroem esses espaços de expressão é também essencial para compreender como os processos comunicacionais são estabelecidos. É através dessas percepções que são construídas pelos indivíduos, que as conexões são geradas (RECUERO, 2009).

Os procedimentos metodológicos escolhidos para essa pesquisa exploratória, de cunho qualitativo, foram desenvolvidos em duas fases principais: observação online não intrusiva e entrevistas individuais em profundidade. Antes disso, houve um primeiro movimento em campo – funcionando como uma estratégia de aproximação dos sujeitos da pesquisa – que foi a aplicação de um breve questionário no ambiente digital

(apresentado no próximo tópico), com o objetivo de levantar algumas informações iniciais sobre os hábitos de usuários da Netflix.

Primeiramente, realizar-se-á um mapeamento dos ambientes a serem trabalhados com os fãs de *Stranger Things*. Na primeira fase da pesquisa com os fãs da série realizou-se uma pesquisa de observação *online* não intrusiva (HINE, 2011), que consiste no acompanhamento dos sujeitos em suas interações no ambiente digital sem que houvesse imersão e participação do pesquisador nas vivências dos usuários. Serão observados os modos de como os fãs se organizam no ambiente digital (e presencialmente) até a repercussão da primeira temporada do seriado em plataformas de comunidades de fãs, caso eles alcancem essa última instância. Foram escolhidas como plataformas de observação duas comunidades de fãs: a página oficial da série: “*Stranger Things*” (organizada pela Netflix) e a página não-oficial “*Stranger Things Brasil*” (sem nenhuma ligação com a Netflix, segundo o *website* da página: www.strangerthings.com.br) e os discursos produzidos nessas comunidades na rede social Facebook. No campo digital serão avaliadas exclusivamente as principais interações e negociações entre os fãs, uma vez que não existe um “deslocamento físico” (os detalhes dos encaminhamentos da pesquisa online serão apresentados em tópico posterior).

Para Cristine Hine (2000), o que está em jogo no ambiente *online* são as formas de acesso e de interação entre os fãs e os tráfegos estabelecidos pelas conexões e, conseqüentemente, as abordagens geradas entre as pessoas, o que põe em xeque qualquer regime espacial. Esse ponto de vista da autora é revisado em entrevista cedida por Campanella (2015) em especial, no aspecto de enxergar a internet como um artefato cultural. Segundo a autora, a Internet é um espaço cultural onde as pessoas interagem e, portanto, se torna um instrumento valioso para as ciências sociais, entretanto, de um modo geral, nem todas as pessoas não sentem-se confortáveis em debater nesse espaço. A autora reforça que:

A internet ainda se mantém como um artefato cultural em alguns debates, no entanto, as pessoas, com mais frequência do que falam sobre a internet, falam sobre redes sociais específicas ou aplicativos que são relevantes para elas por alguma razão. Nós temos, crescentemente, perdido de vista a internet como um artefato cultural, na medida em que ela se torna uma infraestrutura tácita que favorece as plataformas sobre as quais falamos com mais frequência. (2015, p.168)

Desse modo, a coleta procurou compreender as vivências no ambiente digital: o tipo de interface preferida para assistir a série; as principais comunidades; tipos de discussão mais acentuados; formatos de conteúdos mais publicados e seus respectivos impactos neste processo comunicacional, além de outros aspectos que possam surgir no decorrer da dissertação. Assim foram analisados conteúdos mais engajados e compartilhados pelos fãs, a fim de entender melhor as negociações neste ambiente.

As entrevistas em profundidade procuraram levantar pontos de que modo os fãs se organizam, comportam e reagem frente aos episódios da primeira temporada de *Stranger Things*, e coletar materiais de indagações, tais como: suas motivações para acompanhar a série; com quem, quando e como assistem; a frequência e o tempo para assistir uma temporada (se realizam maratonas, por exemplo); os tipos de assunto debatidos antes e depois de assistir; além de outros aspectos importantes que tenham surgido com o decorrer da conversa com os entrevistados. Por fim, analisar-se-ão os resultados para análise através do cruzamento de dados dos materiais coletados na etnografia clássica e digital para conclusão da dissertação. Os procedimentos metodológicos relacionados às entrevistas individuais em profundidade serão mais detalhados no tópico de análise das mesmas.

3.3 Pesquisa exploratória quantitativa

Foi realizada uma pesquisa quantitativa exploratória entre os dias 9 e 14 de maio de 2016, através de perguntas abertas e fechadas, com o objetivo de entender, de modo preliminar, os novos comportamentos de assistir conteúdos televisivos na plataforma Netflix, divulgado nas seguintes páginas da rede social Facebook: “Netflix Grupo Assinantes” (40093 membros) e “Netflix Brasil Assinantes” (40093 membros) e “Netflix Brasil Assinantes” (93466 membros).

A partir de uma amostra com 80 usuários, sendo 36% homens e 64% mulheres, predominando a faixa etária entre 16 e 39 anos das respectivas páginas buscou-se compreender melhor: formas de conhecimento e contratação da plataforma; mídias e conteúdos assistidos; principais horários em comparativo com TVs abertas e fechadas; o que assistiram com a ausência do sinal da internet, além de pontos favoráveis com a contratação.

Durante a coleta de dados foi identificado que a grande maioria, mais 90% vive com mais de uma pessoa e 61% assiste juntos conteúdos audiovisuais, enquanto 39% assistem sozinhos. A grande maioria dos participantes conheceu a plataforma através da Internet e pelas redes sociais, a partir de indicações de amigos e publicidade. O que mais foi levado em consideração para a contratação foi o custo frente ao serviço oferecido, a baixa qualidade da programação da TV aberta e os inúmeros títulos de conteúdos disponíveis na plataforma. A média de consumo é de cinco horas, geralmente nos finais de semana, além de “maratonas” ultrapassando essa média e chegando até dez horas de consumo. Os usuários sempre atentos às sugestões e geralmente os conteúdos são comentados na rede social Facebook nas páginas brasileiras da empresa, criada por fãs, seguidos das redes Whatsapp e Twitter. Segundo um informante: “Geralmente eu escolho títulos na Netflix que são adicionados recentemente, minha última escolha foi demolidor, assisti cerca de oito episódios, levei cerca de cinco a seis horas...”.

Dentre as plataformas, a *smart tv* é a mais utilizada com mais de 50%, seguida do computador (*desktop*) com 30%, *smartphone* (9%) e *tablet* (4%). Os horários de audiência da Netflix predominam, segundo a amostra, após às 20:00, com relevância para o consumo de séries norte-americanas, filmes e desenhos animados, como citado por um informante: “Lembro que através do Netflix fiz diversas maratonas, entre elas a maratona da série Grey's anatomy, que já está no ar há um longo tempo, e assisti a todos os episódios que haviam disponíveis no Netflix. Lembro que passei uma semana na frente do computador até assistir as nove temporadas que estavam disponíveis na época, comentei a respeito na minha página no Facebook.”

Sobre os benefícios adquiridos pela contratação, a possibilidade de controlar o conteúdo a ser assistido, a gama de títulos ofertados e as sugestões da plataforma, a partir do algoritmo utilizado pelos serviços de *streaming* foram os mais mencionados. Esse foi um dos aspectos mais mencionados na pesquisa, um informante explica que: “Gosto de assistir filmes e séries sem ficar presa a uma grade de programação e, a comodidade em pausar quando quiser e continuar a ver quando eu quiser.”. Na ausência do sinal da Internet, os informantes dividiram suas opiniões entre: leitura, ouvir música e assistir canal a cabo. No caso de quem assistiria a TV aberta, a preferência foi para as categorias esporte e jornalismo. Conforme já comentado, a pesquisa quantitativa serviu primordialmente para ter um contato inicial com o ambiente online, onde circulavam fãs

da série *Stranger Things*, e que se supunha serem apreciadores de outras produções veiculadas na plataforma Netflix.

3.4. Pesquisa de observação das comunidades de *Stranger Things*

O livre acesso permitido pelo serviço *on demand* provoca inquietações que possivelmente podem ressignificar o que pode ser hoje: mídia e audiência. Debate-se aqui um comportamento autônomo de uma “nova” audiência, promovido por cada fã, ao manifestar-se de qualquer forma pelas múltiplas possibilidades de conexões. Neste sentido pretende-se trazer uma atenção especial para um aspecto reconhecido na série *Stranger Things*: o “capital nostálgico”. O presente estudo sugere o termo “capital nostálgico” foi embasado nos estudos de “campo” e “capital” de Bourdieu (1987). A expressão nasceu a partir do conceito de “capital” do autor e os aspectos nostálgicos apresentados pela série. Trata-se de um diferencial que permite uma hierarquização de fã medida pelos conhecimentos e/ou experiências vividas neste período. *Stranger Things* é uma série que revela tais referências por trás da trama.

Segundo o sociólogo, existem recursos e formas de poder (“capital”) que regem classificação de classes e subculturas dentro de um determinado espaço social (“campo”). Trata-se de examinar como os agentes assumem determinados papéis e disputam internamente possíveis posicionamentos em espaços sociais particulares. Bourdieu (1987) entende o termo “capital” como qualquer recurso ou poder manifestado numa atividade social. Este “capital” não necessariamente deve ser compreendido somente pelas fontes de renda, salários, patrimônios (capital econômico), mas também podem ser reconhecidos por recursos intelectuais (capital cultural) e sociais (capital social). Ele defende que:

O mundo social pode ser concebido como um espaço multidimensional construído empiricamente pela identificação dos principais fatores de diferenciação que são responsáveis por diferenças observadas num dado universo social ou, em outras palavras, pela descoberta dos poderes ou formas de capital que podem vir atuar, como azes de um jogo de cartas neste universo específico que é a luta (ou competição) pela apropriação de bens escassos...os poderes sociais fundamentais são: em primeiro lugar o capital econômico, em suas diversas formas; em segundo lugar o capital cultural, ou melhor, o capital informacional, também em suas diversas formas; em terceiro lugar, duas formas de capital que estão altamente correlacionadas: o capital social, que consiste de recursos baseados em contatos e participação em grupos e o capital simbólico que é a forma que os diferentes tipos de capital toma uma vez percebidos e reconhecidos como legítimos. (BOURDIEU, 1987, p. 4)

O capital cultural é representado pelas qualificações intelectuais de cada agente (que de certo modo, caracteriza setores de classe e subculturas - por exemplo, distinguir a classe burguesa tradicional da classe trabalhadora) pelo aspecto “institucionalizado” traduzido e legitimado em títulos, nomeações, e outras instâncias do conhecimento. Segundo ainda o autor, o capital cultural passa ser estratégico (ou seja, não somente uma forma de classificar classes e subculturas) e, por conseguinte, um instrumento de poder para aqueles que possuem acesso à informação. Por sua vez, o capital social torna-se estratégico também pela rede de contatos, uma vez que benefícios podem ser adquiridos pela participação em determinados grupos, como aqui no caso das comunidades de *Stranger Things*. É nesse sentido - estratégico - referenciado nos capitais, que nasceu a expressão “capital nostálgico” na dissertação. Estabelece-se aqui um capital, a partir da participação de fãs (medida através do conhecimento sobre a década de 80, vividos ou não) participantes em comunidades de *Stranger Things*. Analisa-ser-á aqui um capital adquirido, primeiramente, pela participação (capital social) em comunidades da série, além da pertinência de conteúdos transmidiáticos e as relações adquiridas com os aspectos culturais da década de 80 (capital cultural).

Essa análise sobre o “capital nostálgico” será calcada na pesquisa, a partir de estratégias de modos de participação entre os fãs das comunidades, a qual envolve a “nostalgia”, como elemento particular de estudos de recepção, visto uma ascensão nos conteúdos televisivos, produções culturais de épocas passadas televisionadas no cenário contemporâneo, como o canal VIVA, que instiga reviver programas de auditório, novelas e filmes deste período, especialmente na década de 80; e também a série *Mad Men*, que torna-se uma referência pelo papel nostálgico, aqui no caso, passado nos anos 60, além de séries que permanecem por longos períodos em plataformas *on demand*, tais como: *The Big Bang Theory*, *Friends* e *Californication*, entre outros. Isto é, compreender melhor tal audiência e seu papel de produção cultural, ou seja, a preservação de identidades-culturais através da memória, sobretudo pelo viés do “capital nostálgico”.

Pode-se dizer também que a participação de usuários é condicionada pelo episódio ou temporada assistida, diferentemente de um programa de televisão aberta em que limita-se conteúdos em determinados horários. Por sua vez, as maratonas são realizadas para atender os objetivos de saciar desejos de fãs (não somente em assistir os episódios de uma nova temporada), mas também, de certo modo, eles estarem “à frente”

de outros fãs através de comentários (ou até mesmo *spoilers*) para obtenção de destaque nos *feeds* de redes sociais, por exemplo. Esse processo pode provocar uma hierarquização de fãs, condicionado pelo seu valor de pertencimento. A hierarquização de fãs e o valor de pertencimento são palavras-chave dentro da cultura participativa nessas comunidades e merecem uma atenção especial, por se tratar de uma política gerada num processo voluntariado por parte dos fãs. Para entender melhor esse caráter voluntário depositado, em especial pelos fãs de *Stranger Things*, recorreu-se aqui os conhecimentos do antropólogo francês Marcel Mauss (1974), mais propriamente em seus estudos sobre os métodos de trocas de presentes nas sociedades primitivas – “teoria da dávida” (dar, receber e retribuir) - em que o “regime de direito contratual e para os sistemas de prestações econômicas entre as diversas seções ou subgrupos de que se compõem as sociedades chamadas primitivas” (MAUSS, 1974, p. 41) eram embasados em trocas “voluntárias” de presentes e, ao mesmo tempo, presumia “obrigatoriamente” uma retribuição, diferentemente do modelo capitalista. Tal processo, de certa forma, se assemelha ao modelo atual de compartilhamento de arquivos digitais nessas comunidades de fãs. A proposta aqui é entender a relação que existia nas sociedades primitivas, a qual antecede o modelo capitalista, e entender melhor atual relação entre as comunidades e fãs pelo processo de trocas “voluntariadas”, uma vez que elas estão centralizadas em produtos produzidos pelos próprios fãs, e não em riquezas, propriamente dita.

Mauss (1974) aponta que tais trocas primitivas eram, primeiramente, realizadas em nome da tribo, nunca entre indivíduos. Semelhante ao processo de trocas realizado pelos fãs de uma comunidade, em que eles trabalham colaborativamente em prol da série, aqui no caso, *Stranger Things*. Um segundo ponto identificado é que nas trocas assistidas nessas sociedades primitivas não havia bens econômicos (as trocas eram calcadas em ritos, banquetes, serviços militares, festas), bem como nas comunidades de fãs em que artefatos, aqui em especial, arquivos culturais e digitalizados tornaram-se produtos para a realização de trocas (ressalta-se aqui a pré-disponibilidade dos fãs em produzir tais arquivos e digitalizá-los, de forma voluntária). Dessa maneira, o objetivo nessa troca não é econômico, mas sim de criar laços sociais e de ser reconhecido por tal “generosidade”.

No entanto, Mauss (1974) enfatiza que o “pano de fundo”, ou o que de fato permeia essas trocas é a rivalidade, uma vez que na teoria da dádiva de Mauss (1974) -

dar, receber e retribuir - o ato de retribuição torna-se “obrigatória”. A troca da dádiva é a base para formação de hierarquias estabelecida pela coisa trocada em um movimento cíclico. Nessa analogia com as comunidades de fãs, em especial de *Stranger Things* aqui no caso, pode-se perceber que o material produzido, seja ele quantitativamente ou qualitativamente é avaliado e hierarquiza o envolvimento de determinados fãs com a série. Chama atenção, assim, a superioridade relativa dos fãs que mostram um nível de competência sobre os “produtos” (produções artísticas, comentários aprofundados sobre a série, teorias sobre personagens e episódios, experiências comentadas e associadas aos aspectos nostálgicos da série, dentre outros) organizados no âmbito das comunidades. Mais especificamente, essa “guerra” de presentes pode ser atrelada na produção material ofertado e no prestígio reconhecido, estabelecendo uma hierarquização neste processo voluntariado. Está sob julgamento nessa hierarquização, o “produto” e a disponibilidade de tempo oferecido para a criação dele para, desse modo, classificá-lo dentro da comunidade.

Entretanto, deve-se ressaltar que a classificação desse fã como “ativo” foi, possivelmente, potencializado pela multiplicidade de interfaces e provocado pelas problemáticas sociais, aqui no caso. Certamente, o fã nunca deixou de expressar seus interesses (condição “ativa”), independente de qualquer possibilidade de interatividade (“homem e máquina”). Novelas e filmes sempre foram referenciais para discussões presenciais, tais como: conversas cotidianas sobre novelas em estabelecimentos comerciais (cabeleireiros, filas de supermercado, banco, etc.), grupos de discussão de programação de TV embasados em sinopses divulgadas em canais impressos (jornais e revistas) e a Rede Globo já realizava pesquisas com fãs para saber a respeito do conteúdo de novelas. Pressupõe-se, desse modo, uma reconfiguração nesta condição caracterizada de “passivo” ou “mero espectador” frente aos meios de comunicação de massa, por exemplo. Mesmo no contexto das “novas mídias”, Jenkins (2006) explica que nem todos os fãs estão na mesma “frequência” em participação nas comunidades, por exemplo. Ele defende que:

Nem todos os membros precisam contribuir, mas todos devem acreditar que são livres para contribuir quando estiverem prontos e que suas contribuições serão devidamente valorizadas. Em tal mundo, muitos vão se envolver mais superficialmente, alguns vão cavar mais fundo, e outros ainda vão dominar as habilidades que são mais valorizadas dentro da comunidade. A própria comunidade, no entanto, fornece fortes incentivos para a expressão criativa e a participação ativa. (JENKINS, 2006, tradução livre).

É claro que para muitos fãs existe um expediente para assegurar seu pertencimento dentro da comunidade. São indivíduos que precisam ressaltar (ou elaborar) suas representações, via apreensão e exercício dos valores sociais vigentes, esforçam-se para cumprir pré-requisitos aceitos (ou supostamente aceitos) dentro do *fandom*. Tais representações inéditas em *feeds* podem influenciar no pioneirismo de publicações (a respeito do conteúdo audiovisual assistido) e impactar também numa possível hierarquização de fãs. Talvez esse seja mais um indício para a realização de maratonas e a atenção redobrada aos avisos de lançamentos de temporadas para “devorá-las” em poucos dias (aqui no caso de *Stranger Things*, considerou-se somente a única temporada disponível).

Para entender melhor esse viés nostálgico e seu papel como produtor cultural e seus respectivos impactos na participação de fãs (audiência) da série *Stranger Things*, propõe-se aqui uma aproximação do objeto de estudo da dissertação – *Stranger Things* – embasada, em um primeiro momento, numa leitura (observação) de tal ativismo de fãs nas principais páginas e comunidades da série.

De acordo com Fechine (2013), a relação entre espectador e o consumo televisivo se apresenta em diferentes ordens. Segundo ela, torna-se necessário entender que essa “nova” audiência compreende-se de um público heterogêneo e com interesses diversos traduzida em personalização de conteúdos postados. Tais práticas revelam ainda uma abrangência sobre os conceitos de produção, distribuição e consumo de conteúdos televisivos, os quais ainda são compreendidos sob forma abrangente neste processo transmidiático. E que, mesmo nesse processo em que os meios se interagem, existe uma “mídia regente”, ela reforça que:

É nessa mídia regente que se desenvolve o *texto de referência* (o programa narrativo principal) a partir do qual se dão os desdobramentos e articulações. Trabalhando com os conceitos de mídia regente e texto de referência, podemos operar de modo mais preciso com a ideia de “nave mãe”, uma expressão que aparece dos escritos de Jenkins remetendo tanto à mídia/plataforma quanto à narrativa “de base” a partir da qual se dão as extensões de conteúdo. (p. 29)

Tais desdobramentos e articulações mencionadas por Fechine (2013) vão de encontro com a proposta de Gomes (2007). Gomes (2007) explica que essas manifestações produzidas por fãs podem ser conceituadas como “consumo da experiência”, uma vez que “traduzem uma gama rica de formas e modos pelos quais a

vivência e consumo dessa experiência ocorrem pessoal e coletivamente nos *fansites*, já que há um investimento grande na sua produção”. Existe um envolvimento por parte dos fãs em manejar diferentes recursos (softwares gráficos, animações, manipulações digitais) para construção de artefatos (*fanarts*, avatares, *wallpapers*, imagens, *fanvideos*, dentre outros) que envolvem a série ou até um personagem predileto. Cabe aqui discordar da autora, que nem todo *fansite*, hoje, é construído propriamente pelos fãs, como colocado em seus estudos relacionados a eles. São diferentes conteúdos, agora, digitalizados e armazenados dentro da página. Ela esclarece que a procura de conteúdos sobre respectivas séries podem ser encontradas e organizadas dentro de uma página central (*fansite*). Isto é, estabelece-se aqui uma relação coleção e colecionador, em que a página passa a ser uma “biblioteca digital” e, dessa forma, otimiza o tempo do fã nas suas buscas através da disponibilidade desses “bancos de dados”. Assim sendo, pode-se dizer que as páginas de fãs, sejam elas dirigidas ou criada por eles tornaram fonte de conteúdos, em que reorganizaram álbuns pela lógica digital. Pode-se classificar quaisquer conteúdos nesse espaço público dirigido aos fãs. A autora esclarece que:

um *fansite* não deixa de ser uma biblioteca digital, um banco de dados, onde se encontram organizados muitas informações, arquivos e objetos digitais que necessariamente não estão armazenados naquele site, mas podem ser acessados através dele, a partir de *links* disponibilizados. (GOMES, 2007, p.329)

As próprias indústrias televisivas, provavelmente, frente essa possibilidade de armazenamento de arquivos digitais e o engajamento dos próprios fãs, organizam páginas próprias para fãs, possivelmente como uma forma que ficar mais próximas dessa participação deles, através de conteúdos exclusivos sobre as séries.

Portanto, para atender os aspectos metodológicos da dissertação serão analisadas as páginas, comunidades: “Stranger Things”, brasileira, organizada pela Netflix, e “Stranger Things Brasil”, não-oficial. Após o exercício da observação empírica, realizar-se-á um comparativo sobre as publicações realizadas entre as páginas ao analisar: formatos, temas, associações com o “capital nostálgico” e possível hierarquização de fãs. Num segundo momento será realizada uma entrevista com participantes expressivos das duas páginas, via Skype, para um aprofundamento do engajamento dos fãs, a partir do “capital nostálgico”, tema investigado na dissertação.

3.4.1. “Stranger Things” (brasileira): página oficial de Stranger Things na rede social Facebook:

Essa proposta da “mídia regente” sugerida por Fecine (2013) aplica-se às comunidades de Stranger Things, em especial, a maior comunidade da série e presente na maior rede de sociabilidade do mundo: o Facebook. Nela, os fãs interagem sobre as publicações gerenciadas pela produtora da série, a Netflix, que, por sua vez, provoca o “capital nostálgico” em diversas de publicações ao utilizar ícones da década de 80, tais como: Xuxa, desenhos animados, filmes, dentre outros relacionando-os com a proposta de Stranger Things: terror, nostalgia e ficção científica. Portanto, a escolha da primeira comunidade que passará pela observação será a página: “Stranger Things” (brasileira) no Facebook (“nave mãe”).

Trata-se de uma página em que os comentários de fãs são incitados pelas publicações da própria operadora, o que de certa forma, põe em xeque a participação dos fãs, uma vez que a escolha de alguma produção artística desenvolvida pelos fãs, por exemplo, é rara. Isto é, a maioria dos conteúdos publicados é de autoria dos próprios organizadores. Desse modo, para entender melhor tal participação, tornou-se necessário observar também a segunda maior comunidade da série, a página “Stranger Things Brasil”, não-oficial, também encontrada na rede social Facebook.

A primeira comunidade de fãs a ser estudada: “Stranger Things” (página brasileira oficial da Netflix) conta com mais de três milhões de fãs e sua primeira publicação foi em 06 de junho de 2016, antes mesmo do lançamento da série. Nela, pode-se perceber que tais publicações são geradas, em especial, ao redor dos personagens, além de oportunizarem datas comerciais sobre objetos e cenas da trama. Os organizadores da página acentuam o aspecto nostálgico, a partir de criações de vídeos e imagens na página ao remeterem cenas com objetos dos anos 80.

Para exemplificar, segue um mosaico das últimas imagens postadas na página oficial. Nele, pode-se perceber imagens que priorizam os personagens e objetos relacionados à década manipulados por técnicas de *design* que traduzem um perfil nostálgico. São fotos tratadas por filtros da época e simuladas como se estivessem sido tiradas, por exemplo, por máquinas polaróides; além de imagens de objetos, os quais referenciam os anos 80, tais como: binóculo, *walk talk*, entre outros, e recriações (*emojis*, pinturas, etc) que reforçam a importância de manter o papel nostálgico evidenciado em Stranger Things, como mostra a imagem, a seguir:

Ainda na página oficial, a participação dos fãs é traduzida pelos comentários e associações de referências dos anos 80 em cada publicação. Trata-se de resgatar na memória outros personagens de séries e filmes, em especial, norte-americanos de uma mesma época e correlacioná-los. Esse foi o caso específico de uma publicação, em que objetos utilizados pelo personagem da série Lucas Sinclair foram associados com personagens da década de 80. Durante a participação dos fãs, um deles menciona: “Lucas foi Magaiver antes do próprio Magaiver”. Outro fã, responde: “lucas é tipo o Rambo de ST”. A relação do “kit” utilizado pelo personagem é referenciada pelos seguintes personagens: o agente secreto MacGyver, do seriado MacGyver (1985) e pelo soldado Rambo do filme “Rambo - Preparado para Matar” (1982), ícones da época. Como podemos ver na imagem abaixo:

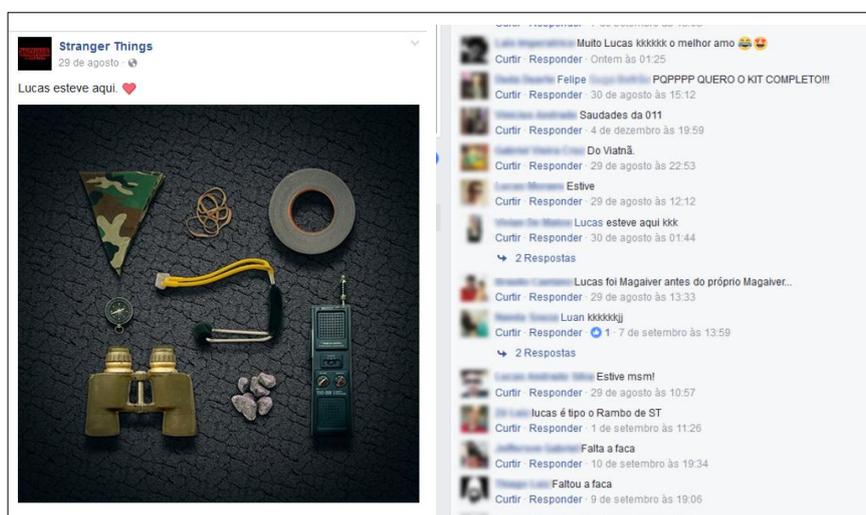


Figura 34: Publicação na comunidade “Stranger Things”.

Ainda na mesma página, podemos assistir a manipulação de um vídeo entre a personagem Eleven assistindo o “Xou da Xuxa” (outro ícone dos anos 80), lembrado por fãs e reforça o papel cultural através do viés nostálgico. O vídeo apresenta uma cena em que a Xuxa sorteia uma carta enviada pela mãe do Will (Joyce Byers) e pede ajuda à apresentadora para achar o filho. Diz na carta que desde quando o filho desapareceu, coisas estranhas acontecem na casa dela, conforme a trama de Stranger Things. Durante a participação dos fãs foram associados personagens da Turma da Xuxa, como nos seguintes comentários: “Será que o cãozinho Xuxo está no mundo invertido (lugar onde ficam as pessoas raptadas pelo monstro)?”, comenta um fã. “O Demagorgon (monstro

da série) é a evolução do Dengue?”, indaga outro fã. Trata-se de resgatar um passado e trazê-lo para o presente.



Figura 35: Xuxa e Stranger Things - Stranger Things (Brasil) pelos organizadores.

Outro exemplo de vídeo publicado na página é uma produção audiovisual em que a câmera perpassa por vários objetos, tais como: vitrola, brinquedos como: “primeiro gradiente”, “E.T.” e bonecas infantis: Peposa e Xuxa; ventilador tradicional, entre outros, de um quarto típico dos anos 80. Já no final, a boneca da Xuxa ascende os olhos, certamente para não perder o gênero terror embutido no seriado. Os fãs relembrou dos momentos vividos através de comentários, tais como: “Ahhh parece que foi em casa isso kkk Tv igualzinha a d casa, a urso Peposa...”; “o gravador do gradiente igual o que vocês tinham...”. “...pensei que o fofão estivesse debaixo do lençol...”. São ícones dos anos 80 que possuem um valor simbólico para cada um dos fãs. Seguem alguns frames da produção e de comentários de fãs, a seguir:



Figura 36: Brinquedos – Anos 80.- “Stranger Things”.



Figura 37: Comentários sobre vídeo – “Brinquedos Anos 80”

Outras publicações também remetem a temática da série, ao evidenciarem situações da trama, tais como: relação quanto à temporalidade: musicais, tecnologia, tipologias da época. São temas reproduzidos em *posts*, e até mesmo *gifs* criados, que envolvem cenas da trama. Seguem alguns exemplos: em uma publicação, o usuário pode escrever uma mensagem para alguém utilizando o alfabeto e as lâmpadas de uma parede (cena marcante em *Stranger Things*); em outra, pode-se questionar a ausência de certas tecnologias na época, como mostram algumas imagens coletadas na página observada:



Figura 38:Comparativo Tecnologia



Figura 39: GIF - Mensagem

3.4.2. “Stranger Things Brasil”: página não-oficial de Stranger Things na rede social Facebook:

Muitos aspectos vistos na comunidade oficial da Netflix de “Stranger Things” (brasileira) são identificados também na comunidade de fãs de “Stranger Things Brasil”, especialmente pela ansiedade dos fãs em assistir a segunda temporada. A comunidade “Stranger Things Brasil” possui mais de 245 mil fãs e sua primeira postagem foi em 15 de Julho de 2016, data de lançamento da série. Nela, o aspecto nostálgico dos anos 80 também prevalece através de comparações, tais como: produções cinematográficas, tais como a inspiração em Star Wars, Caça-Fantasmas, e E.T. – O Extraterrestre; reprodução da tipografia trabalhada junto à trilha sonora da época e muitos comentários e produções artísticas sobre os atores e personagens de Stranger Things. Alguns exemplos dessa participação envolvendo os fãs da série são as criações de conteúdos (*fanarts*) publicadas na comunidade, como ilustra a figura a seguir:

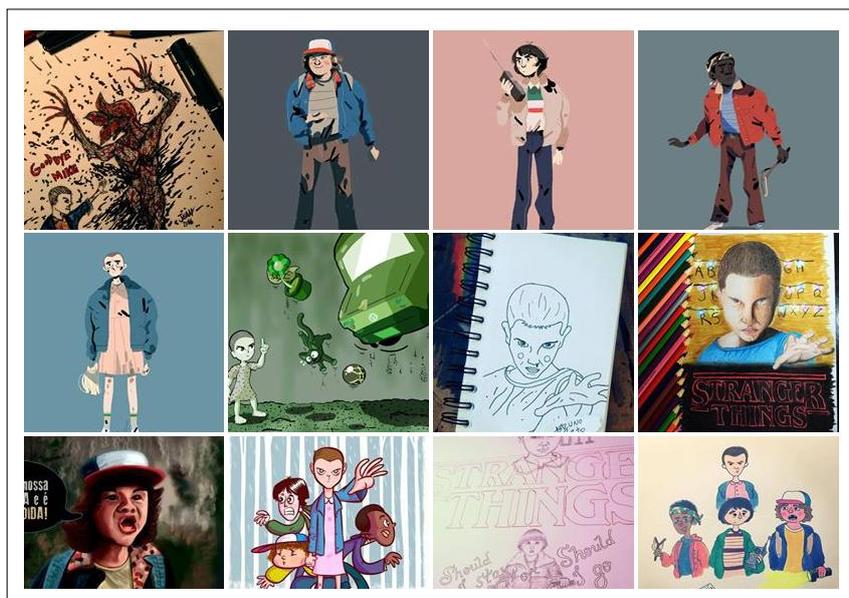


Figura 40: Mosaico *Fanarts* criados por fãs

O aspecto nostálgico também é acentuado nessa comunidade. *Fanarts* são produzidas e comentadas por fãs, em especial no que se refere à trilogia e os filmes que inspiraram a trama. Nesta página, fãs realizaram uma homenagem à atriz da trilogia Carrie de Star Wars, filme inspirado para produção de Stranger Things, além de associação entre filmes, aqui na comunidade, representada pela *fanart* que mescla cena de E.T. e do próprio seriado. Um fã chegou a fazer montagens com filmes (Ghostbusters

e E.T.) e trás a memória sobre a relação entre caça-fantasmas e seres de outro planeta da época. Abaixo, seguem imagens de *wallpapers*, coletadas na página, algumas trabalhadas com uma linguagem nostálgica, além de publicações, as quais remetem produções cinematográficas, como abordado:

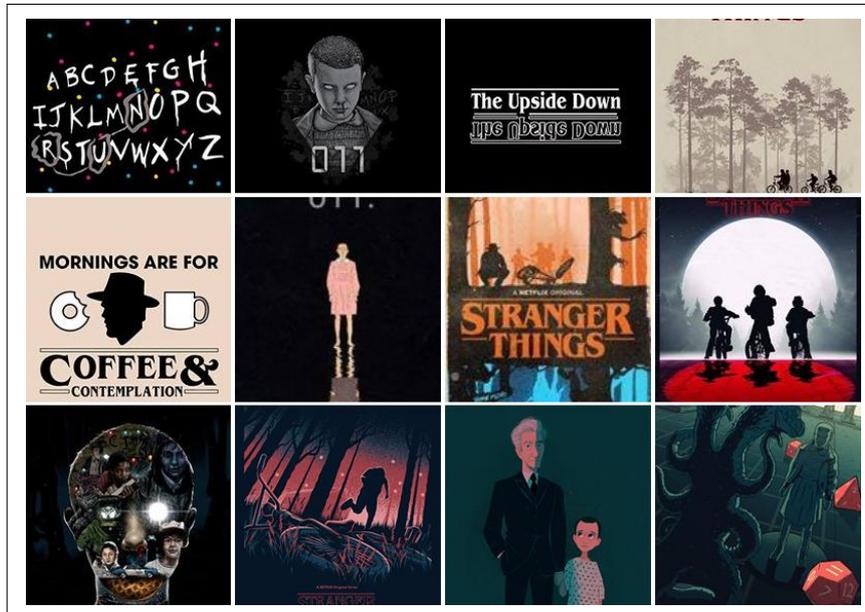


Figura 41: Mosaico *wallpapers* criados por fãs



Figura 42: Homenagem “Carrie Fisher”



Figura 43: : Montagem “Caça- Fantasmas”

A trilha sonora escolhida pelos irmãos Duffer é marcante e trás lembranças de *hits* dos anos 80, em especial para a banda The Clash e o *single* “Should I Stay or

Should I go”. Para ser ideia do sucesso da trilha sonora da série, fãs regravam as músicas de Stranger Things, como o caso de um *youtuber* que adaptou o tema de abertura no violão. A tipografia utilizada na marca de Stranger Things também é retrabalhada por fãs. Algumas publicações apresentaram a marca da série na versão azul (inspirada no filme Tron: uma odisséia eletrônica - 1982) com muitas repercussões, ao alcançar números expressivos acima de 120 comentários, 200 compartilhamentos e mais de 28 mil visualizações. E em versão verde, inspirada no filme Re-Animator (1985) com mais de nove mil visualizações para relembrar os clássicos da época. Seguem imagens coletas na página:



Figura 44: Montagem Tipografia e Trilha Sonora



Figura 45: Montagem versão “Tron”

Ainda no tema da inspiração nos anos 80, a Netflix presenteou a comunidade “Stranger Things Brasil” com uma fita VHS da série acompanhada de uma carta (certamente, existe um prestígio da comunidade oficial por outras que homenageiam a série). A chamada da carta dizia: “Estranho é ter VHS hoje em dia”. Essa publicação trouxe lembranças por parte dos fãs, de uma época de utilizava-se aparelho de videocassete. As repercussões foram diversas, um dos fãs comenta: “acredito eu que seja em VHS mesmo, pois o seriado se passa na década de 80..sendo assim mantiveram o que existia na época, fizeram o VHS, bem pensado mesmo, e parabéns pela lembrança”, como ilustra a figura abaixo:



Figura 46: Presente Netflix - Stranger Things Brasil.

Assim como “A Turma do Charlie Brown” homenageou a série, a “Turma da Mônica”, outro ícone (brasileiro) da década de 80, realizou uma edição especial em que também se referencia à série, simulando os personagens de Stranger Things com os personagens do desenho animado na revista em quadrinhos “Chico Bento” em edição nº 21. A homenagem obteve destaque na comunidade “Stranger Things Brasil”, como pode-se observar na imagem abaixo:



Figura 47: Edição Chico Bento e Stranger Things

Toda a participação de fãs envolve também práticas sociais *offline* que são publicadas em “Stranger Things Brasil”. Aqui no caso são tatuagens, grafites, dentre muitas demonstrações de afeto pela série. Importante ressaltar o carinho dos fãs pela personagem Eleven nesta comunidade. Para ilustrar esse envolvimento, foram coletadas imagens de algumas publicações:



Figura 48: Homenagem Eleven – Grafite



Figura 49: Homenagem Eleven - Tatuagem

“Stranger Things Brasil” é um dos muitos *fandoms* formados na *web*, em especial, na rede social Facebook. Toda a devoção dos fãs de Stranger Things é impressa em produtos fabricados por eles próprios ou pela produtora da série. São produtos artísticos, conhecidos também como *fanarts* que impactam diretamente na conduta e no cotidiano de um fã. Tais compartilhamentos provocam diferentes reações diante dessas produções criadas pelos fãs, hoje, classificados em “fansumidores” (JENKINS, 2009), que consomem produtos e, ao mesmo tempo, compartilham ideias a respeito do assunto de interesse e, desse modo, negociam desejos e expressam suas opiniões (até o ponto de gerar conflitos) através de redes sociais.

3.4.3. Comparativo entre as comunidades analisadas de Stranger Things

A participação dos fãs nestas páginas pode ser traduzida como demonstração de prestígio, pertencimento e carisma manifestados de acordo com os conteúdos publicados. Cabe reforçar que muitos fãs se sobressaem através de produções artísticas,

dedicam seu tempo para contribuir com suas respectivas produções artísticas nessas comunidades (nem todos reservam tempo bastante para tal execução) e chegam a um posto de destaque quando tais produções são escolhidas para as *timelines*, e outros, no entanto, preferem demonstrar sua participação através somente de comentários sobre diversos temas publicados.

Possivelmente, nem todos os fãs da página “Stranger Things” (brasileira) são integrantes da página “Stranger Things Brasil”. Possivelmente, pode haver por um lado, uma credibilidade maior por parte dos fãs em “Stranger Things” (brasileira) quando o assunto é a própria série, em virtude de ser organizada pela produtora da série: a Netflix. Pode-se perceber que existe uma comunicação empresa e fã nos comentários publicados. A Netflix faz questão de responder de maneira informal os comentários dos fãs, em grande maioria. Por outro lado, a página “Stranger Things Brasil” é aberta às publicações de fãs e mais livre para tornar as criações deles em *posts*. Ao realizar um comparativo entre as duas comunidades, percebeu-se que: a página “Stranger Things” (brasileira) possui recursos que são legitimados pela produtora da série. Só para se ter uma ideia, as publicações são certificadas com a logomarca da Netflix. As imagens criadas relacionadas à série são de autoria corporativa, ou seja, uma empresa é terceirizada para criar tais artefatos de design, ou seja, qualquer *fanart* encontrada nesta página é publicada como comentário. Por outro lado, a página “Stranger Things Brasil”, publica as criações de fãs na *timeline* da página, de acordo com a avaliação dos organizadores, conforme apresentado anteriormente.

O enfoque dessa comunidade está concentrado num caráter mais informativo, em destaque, os atores da série. Existe uma aproximação com os fãs, a partir de informações da vida cotidiana dos atores (especialmente, os mirins), e também através de promoções e enquetes com eles. Esse enfoque dado por cada uma das comunidades, talvez possa ser legitimada pela diferenciação na temática das publicações e pela raridade de conteúdos coletados e publicados entre elas.

Observou-se que, nem a página “Stranger Things” (brasileira) coleta publicações da comunidade de “Stranger Things Brasil”, nem vice-versa. Poucos conteúdos foram reproduzidos nas duas comunidades. Segue um exemplo de uma publicação (*fanart*) semelhante nas duas páginas.



Figura 50: Publicação *Fanart*: “Stranger Things” Oficial

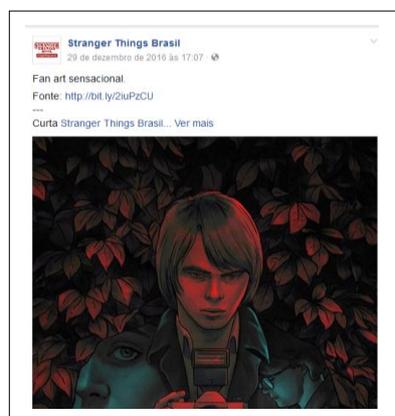


Figura 51: Publicação *Fanart*: “Stranger Things Brasil”

A participação dos fãs nessas comunidades é expressiva. De acordo com as métricas oferecidas pela plataforma Facebook, pode-se observar números elevados entre a quantidade de fãs nas comunidades e a participação em “curtidas” e de comentários por eles. Na comunidade “Stranger Things” (brasileira) composta por 3.401mil fãs foi identificado mais de 80 mil comentários. Enquanto na comunidade “Stranger Things Brasil” composta por 263.842 mil apresentou mais de 190 mil comentários. Possivelmente, a comunidade “Stranger Things Brasil” obteve um percentual maior em função da dinâmica entre os fãs, diferentemente da comunidade “Stranger Things” (brasileira) em que as publicações são determinadas pela produtora da série – Netflix. Para melhor visualização dos números, segue imagem ilustrativa retirada da rede social Facebook. Pode-se perceber também que meses após o lançamento, a participação caiu

um pouco, possivelmente com a chegada da segunda temporada, o número pode se elevar em participação. Seguem dados extraídos em métricas da rede social Facebook:

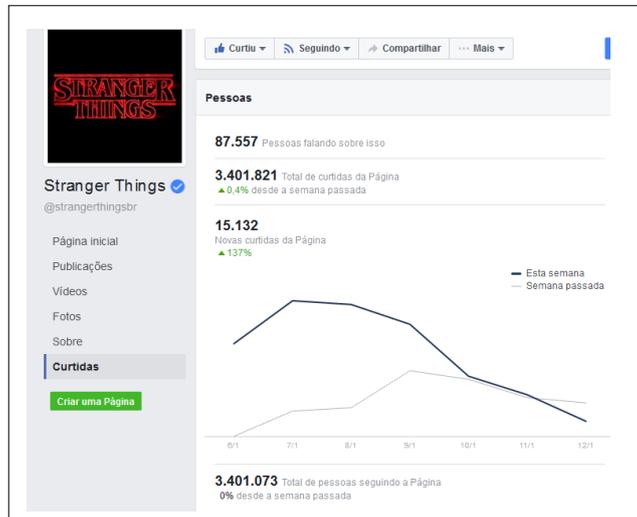


Figura 52: Dados participativos “Stranger Things” oficial ⁴³

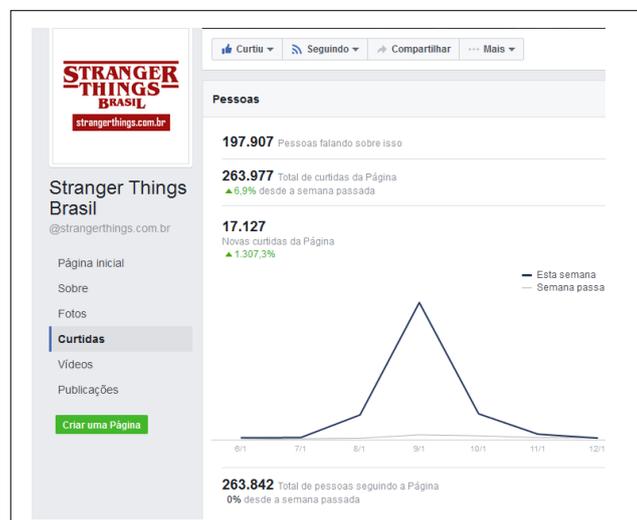


Figura 53: Dados participativos “Stranger Things” Brasil ⁴⁴

⁴⁴ Coletado em 11/01/17

Apesar de não existir referências de fãs em destaque, alguns deles tornam-se expressivos de modos distintos nas comunidades. Isto, porque ambas as comunidades selecionam somente algumas produções artísticas enviadas pelos fãs, as demais permanecem no segmento livre de “publicações de visitantes”. Fato que sinaliza uma hierarquia de prestígio de fã dentro da comunidade. Segue exemplo do segmento “publicação de visitantes” na página de “Stranger Things Brasil”:

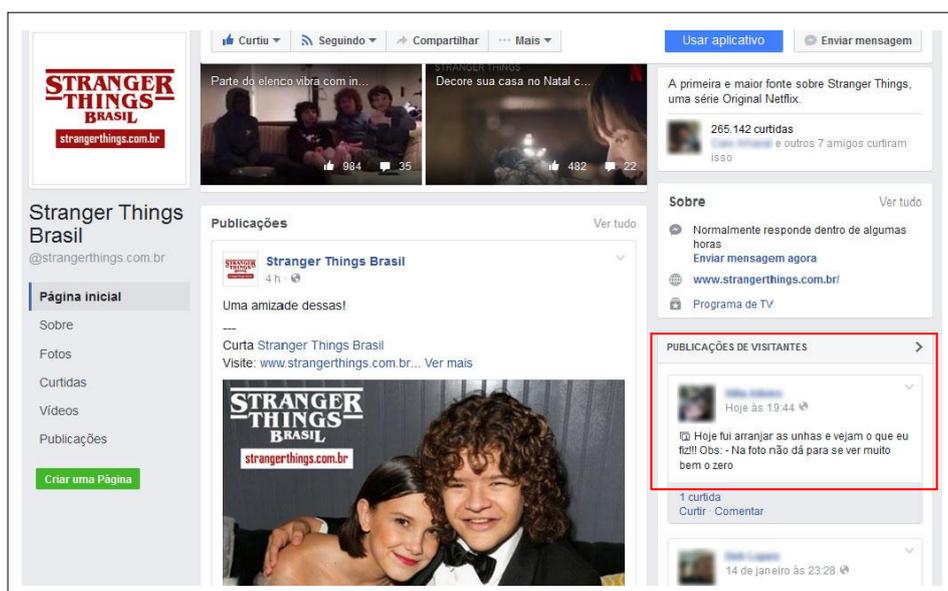


Figura 54: Publicações recentes – página “Stranger Things Brasil”

Ainda na comparação entre as comunidades, a página oficial da Netflix: “Stranger Things” (brasileira) não parece ter o propósito de divulgar nenhum produto derivado da série. Fato recorrente na comunidade “Stranger Things Brasil”, a qual divulga promoções de produtos com *links* para páginas de vendas.

Possivelmente, a página oficial da Netflix: “Stranger Things” (brasileira) utiliza-se da rede social somente para fins de relacionamento, talvez com o objetivo de se aproximar do público, provocar debates sobre um determinado assunto ligado à série, sem qualquer indício de venda ou promoção de produtos, uma vez que não foi identificada nenhuma publicação de caráter comercial.

Já a comunidade “Stranger Things Brasil” promove inúmeros produtos que vão desde uma caneca personalizada até cadernos, bonecos dos personagens e roupas com

imagens emblemáticas da série. Seguem imagens de alguns produtos comercializados, em destaque:



Figura 55: Produtos Stranger Things: camisetas



Figura 56: Produtos Stranger Things: cadernos



Figura 57: Produtos Stranger Things: bonecos

3.4.4. Análise sobre as comunidades analisadas de *Stranger Things*

As duas comunidades tornaram-se referência entre os fãs de *Stranger Things*, tanto pela credibilidade (especialmente a página oficial), mas também pelas postagens e número de inscritos. A participação dos fãs nas páginas foi mais acentuada entre os meses de Julho e Novembro. Possivelmente, devido ao distanciamento da data de lançamento da série (Julho de 2016).

A partir dessa análise tornou-se possível categorizar, de uma maneira geral, os conteúdos publicados de cada uma das comunidades. São eles: informativo, representativo e promocional. O caráter informativo descreve conteúdos sobre temporadas e o futuro da série, geralmente mais descritivos, no formato de texto e imagem. Já o representativo engloba versões de conteúdos simulados e formatados em imagem e vídeo, como o caso do vídeo da Eleven com a Xuxa (simulações dos anos 80 associados à série). Os de caráter promocional comercializam produtos da série.

Na comunidade “*Stranger Things*” (brasileira), os conteúdos informativos e representativos foram os mais destacados. Os conteúdos representativos desdobram-se em três categorias com ênfase em vídeos simulados com: personagens, episódios e aspectos nostálgicos. São inúmeros vídeos produzidos pela página oficial, que misturam cenas da série e nostalgia. O caráter informativo é uma evidência pela credibilidade da página em ser “oficial” e da Netflix. Os organizadores da página oficial procuram responder todos os comentários possíveis, inclusive sobre a segunda temporada, uma das temáticas mais solicitadas entre eles entre os meses de Dezembro de 2016 e Janeiro de 2017 (ano divulgado para estreia da segunda temporada). Pode-se dizer que um indício de notoriedade dos fãs da página oficial se dá através de respostas dos organizadores sobre algum comentário realizado, ou especialmente, pelas produções artísticas escolhidas pelos organizadores.

Enquanto na comunidade “*Stranger Things Brasil*” destacam-se as categorias: representativo e promocional. A referida página realiza promoções motivacionais na comunidade, como ganhar uma camiseta exclusiva da série, por exemplo. Na categoria representativa destacam-se as produções artísticas e fotos da vida cotidiana, como verificado no processo da observação. Assim como na página oficial, o fato de uma produção artística ser publicada na *timeline* de “*Stranger Things Brasil*” torna-se um indicativo de reconhecimento pelo empenho investido nas criações. Vale ressaltar que a

página ainda trabalha com enquetes sobre o “personagem preferido”, por exemplo, incitando trocas sociais entre os fãs, ou seja, um aspecto de sociabilidade encontra durante a observação.

Simmel (1973) explica que a sociabilidade cria um “mundo sociológico ideal”, em que a “natureza democrática” elimina o que é pessoal e objetivo. Pode-se dizer que a sociabilidade torna-se presente nessas páginas, já no momento em que os usuários da rede social Facebook “curtem” uma específica comunidade e começa a receber as publicações na sua *timeline* pessoal. A partir desse ponto, as dinâmicas entre os fãs são intensificadas através de comentários sobre um determinado assunto que incita as trocas sociais, por exemplo. O fã deseja fazer parte de um grupo e sentir-se pertencente. De acordo com Fichte (1973), uma comunidade é “um grupo territorial de indivíduos com relações recíprocas, que se serve de meios comuns para lograr fins comuns”. Essa é uma citação clássica que pode conceituar a comunidade como um espaço para trocas sociais, de acordos com os interesses em comum entre os membros dela. Um a publicação observada na página “Stranger Things Brasil” levanta dúvidas a respeito dos mistérios que envolvem a personagem Eleven na primeira (e única) temporada. Foram inúmeros os conflitos gerados, a partir de diferentes opiniões, como mostra a imagem abaixo:



Figura 58: Debate: Eleven na página “Stranger Things Brasil”

Alguns comentários insistem em dizer que dentre as opções desejadas, nenhuma delas prevalece. Outros acreditam que ela seja o monstro do universo paralelo: Demorgogon; enquanto outros discordam colocando a personagem como possível filha do xerife ou delegado. Enfim, são diversas colocações provocadas pela publicação.

3.5. Pesquisa empírica com os fãs de *Stranger Things*

3.5.1. Metodologia

Para atender os objetivos estabelecidos nessa dissertação, a pesquisa empírica compreendeu mais uma fase voltada à investigação da relação dos fãs de *Stranger Things* com seus aspectos nostálgicos. Trata-se de entrevistas individuais em profundidade realizadas no mês de Janeiro de 2017 (após o período da observação) com fãs da série por meio de áudio via Skype, com a finalidade de explorar pontos significativos de opiniões sobre o papel da nostalgia em *Stranger Things* e de que forma ela ativa novas formas de participação, num processo comunicacional embasado na tecnologia. George Gaskell (2002) defende que:

O emprego da entrevista qualitativa para mapear e compreender o mundo da vida dos respondentes e o ponto de entrada para o cientista social que introduz, então, esquemas interpretativos para compreender as narrativas dos atores em termos mais conceituais e abstratos, muitas vezes em relação a outras observações. A entrevista qualitativa, pois, fornece os dados básicos para o desenvolvimento e a compreensão das relações entre os atores sociais e sua situação. O objetivo é uma compreensão detalhada das crenças, atitudes, valores e motivações, em relação aos comportamentos das pessoas em contextos sociais específicos. (p. 65)

Portanto, foram levados em considerações devidos cuidados na estruturação do roteiro (em anexo) para uma coleta de informações necessárias e suficientes que elucidem as problemáticas que envolvem a dissertação. Desse modo, a abordagem metodológica escolhida nessa fase foi a entrevista individual em profundidade, com roteiro semi-estruturado. Aqui, no caso, procurou-se compreender melhor o universo dos fãs e explorar a cultura participativa através do “capital nostálgico” de *Stranger Things*.

A seleção dos entrevistados foi realizada nas comunidades observadas: “*Stranger Things*” (brasileira) e “*Stranger Things Brasil*”, que atendessem, num primeiro momento, o expediente de pertencer a uma das comunidades de fãs. Inicialmente, a definição do perfil dos entrevistados foi embasada naqueles que tiveram algum engajamento em publicações nas comunidades, não necessariamente com produções artísticas publicadas. Num segundo momento, e um dos objetivos da seleção, é que eles fossem divididos em duas categorias: os que vivenciaram e aqueles que não-

vivenciaram a década de 80. Foram encontrados fãs em ambas as categorias, e todos, sem exceção, disponibilizaram tempo e apresentaram boa receptividade quando contactados. Não se preocupou aqui com a quantidade de fãs a serem entrevistados, mas sim na qualidade das informações que fosse suficiente para atender o propósito de pesquisa. Os perfis escolhidos podem ser apresentados no quadro abaixo:

Entrevistados	Sexo	Idade	Grau de Instrução e especialização	Trabalha? Área de atuação	Estado Civil	Viveu anos 80?
Entrevistado 1	Masculino	31	Superior Incompleto – Sistemas de Informação	Sim. Aeronauta.	Solteiro	Sim
Entrevistado 2	Feminino	29	Superior Incompleto – Direito	Sim. Possui uma agência de viagem e uma gráfica	Solteira	Não
Entrevistado 3	Feminino	21	Superior incompleto – Publicidade e Propaganda	Sim. Designer Gráfico	Solteira	Não
Entrevistado 4	Masculino	27	Superior completo – Direito	Sim. Advogado	Solteiro	Não
Entrevistado 5	Masculino	43	Superior completo – Comunicação Social – Rádio e TV	Sim. Servidor Público	Casado	Sim
Entrevistado 6	Masculino	23	Superior incompleto – Design Gráfico	Sim. Designer	Solteiro	Não
Entrevistado 7	Masculino	39	Superior incompleto – Marketing	Sim. Dj profissional e produtor	Solteiro	Sim
Entrevistado 8	Feminino	15	Segundo ano - Fundamental	Não	Solteira	Não

Quadro 3: Perfil de Informantes - Pesquisa qualitativa

Todas as entrevistas realizadas foram gravadas em áudio (com a autorização dos entrevistados, cientes da própria gravação e dos objetivos de pesquisa) e duraram em

média 25 minutos). Após a coleta e análise de dados foram identificados temas emergentes que surgiram durante as entrevistas. Uma particularidade que se destaca após as entrevistas é a capacitação dos entrevistados em observarem uma quantidade expressiva de referências nostálgicas na série, como pode ser conferido dentro dos temas emergentes no tópico seguinte.

3.5.2. Análise dos temas emergentes da pesquisa empírica

3.5.2.1. Novos modos de assistir televisão (em especial séries)

O fenômeno da TV por *streaming* impactou em novos modos de assistir televisão. O fato é que hoje, o espectador pode assistir uma série de interesse, por exemplo, sem determinação de espaço e tempo. Existem inúmeras formas de assistir conteúdos televisivos, seja pela TV aberta, TV por assinatura, DVD's, arquivos de computadores, e até mesmo pelo próprio *streaming*. Na ótica de Jenkins (2009) nenhum espectador assiste à televisão de uma mesma maneira, e por esse motivo podem ser classificados em três tipos de categorias que explicam “como, por que e o que consumidores assistem”. São eles: zapeadores, casuais e fiéis. Ele explica que:

Zapeadores são pessoas que constantemente mudam de canal - assistindo a fragmentos de programas, em vez de sentar-se para um envolvimento prolongado. Os fiéis, na verdade, assistem menos horas de televisão por semana do que a população em geral: escolhem a dedo os programas que melhor satisfazem seus interesses; entregam-se totalmente a eles e gravam-nos para poder vê-los mais de uma vez; passam um período maior do seu tempo livre falando sobre os programas; e têm mais probabilidade de buscarem conteúdo em outras mídias. Fiéis assistem a séries; zapeadores são como as pessoas que, nas festas, estão sempre olhando para trás, para ver se alguém mais interessante acabou de chegar. Os casuais estão em algum ponto entre os fiéis e os zapeadores; assistem a uma determinada série quando se lembram dela ou quando não têm nada melhor para fazer. (JENKINS, 2009, p.111)

É nesse contexto que um aspecto chama bastante atenção no discurso dos informantes: a flexibilidade de conseguir programar um horário livre para assistir TV (em especial séries, aqui no caso). Os informantes desta pesquisa podem ser enquadrados na categoria de espectadores “fiéis”, por relatarem um fascínio em assistir séries e pela ansiedade demonstrada na continuação das séries (temporadas seguintes). Essa classificação reportada aos informantes é reforçada, pois independente da armazenagem disponibilizada pelos canais de *streaming*, eles ainda assistem, sem

perder um episódio, séries em TV aberta ou, até mesmo, compram boxes de DVD's, caso ela não esteja mais disponíveis em tais canais de *streaming* ou na Internet. Percebe-se aqui uma preocupação dos informantes em comparar a TV aberta com plataformas *streaming*. Não somente pela insatisfação pela programação da TV aberta, mas também pelas novidades ofertadas em especial pela Netflix. Este descontentamento pode ser percebido nos depoimentos de alguns informantes, como no caso do entrevistado 6 que relata uma diferença significativa quando assiste uma série específica transmitida somente pela TV aberta:

Muda muita coisa, acho que isso te prende mais. Aquela sensação de você assistir o episódio de hoje e ter que esperar talvez a semana que vem para assistir de novo. E só em TV. Tem que esperar toda aquela programação da TV aberta para você assistir a série. Então acaba que você fica preso naquilo, entendeu?! Fica preso nas programações anteriores para ver o que vem a seguir, pra não perder nem que seja a abertura. Nas plataformas de desktop, Netflix, a gente assiste e acessa em qualquer hora, entendeu? (Entrevistado 6)

Essa comparação entre a TV aberta e as plataformas de *streaming* é expressiva nesse contexto do consumo televisivo, ao ponto de alguns informantes compararem formas de assistirem conteúdos fixados em grades de programação e a possibilidade de escolherem horários, dependendo do programa e onde ele está sendo exibido. Esse é o caso da entrevistada 2 que faz um comparativo entre dois gêneros comuns neste processo: a novela, geralmente assistidas em TV aberta; do outro lado, as séries assistidas em muitas vezes em canais por *streaming*, e com grandes intervalos de continuidade. Ela comenta que:

Não é que nem novela (né), que ela começa e ela termina sem “intervalo”; a série tem intervalo, não sei como os caras conseguem manter (né) essa galera vendo. Novela, ela começa, ela termina, entendeu?!. Todo dia ali das 8:00 às 9:00 ela vai passar na Globo. Série não, você vai assistir em dois dias, dez episódios e daqui um ano só ela vai aparecer de novo e você fica aflito, fica um ano todo esperando ela, entendeu?! (Entrevistada 2)

Ela ainda relata que o aplicativo da Netflix oferece facilidades quanto à disponibilidade de conteúdos pelo modelo de arquivamento e, principalmente, pelo fato de não possuir comercial, fato que a incomoda bastante ao assistir TV aberta. Ela reforça que: “A TV escolhe o que você vai assistir (né) e nesses aplicativos, você escolhe o que quer assistir”. Isto é, basta acessar e assistir tudo de uma vez só.

Geralmente, ela assiste séries durante a noite e final de semana realiza maratona. Comenta que quando existe um interesse pela série, não existe “freio”. Confessa que assistiu a série Pablo Escobar (94 episódios) em uma semana.

Entretanto, existem também casos em que alguns espectadores procuram a série em várias plataformas e não a encontram, por exemplo. Algumas temporadas de séries são retiradas da programação, em especial nas plataformas *streaming*, por questões contratuais, além de muitos espectadores que não dispõem de tais tecnologias ou de serviços especializados, como TV por assinatura. Deve-se considerar aqui nesse contexto também espectadores que buscam outras soluções, tais como: DVD’s, *Blue Ray* e arquivos disponibilizados na *web*. Essa percepção foi encontrada no depoimento do entrevistado 7. Ele nos conta a experiência de uma série que não estava disponível na Netflix e, tampouco, na Internet, e passou a assistir a série em DVD’s. Este foi o caso da série Nick/Tup, uma das suas preferidas, retirada repentinamente da Netflix. Ele diz que:

Assisto Netflix direto na televisão, geralmente, ou quando é uma série que nem Nick/Tup que você não tem no Netflix, tinha até o momento e tiraram...aí eu tenho os DVDs porque você também não acha na Internet, ou no HD. (Entrevistado 7)

Tais depoimentos dos informantes foram ricos, e merecem atenção especial no contexto do fenômeno das séries (em especial norte-americanas) refletido pelas inúmeras possibilidades em assistir diversos conteúdos televisivos (em especial séries, aqui no caso) em que, regularmente, usufruem o tempo livre para assisti-los. Nesse sentido, algumas inquietações a respeito desse comportamento emergem a partir desses novos modos de consumo televisivo - que, vale ressaltar, não nasceram com o surgimento da Netflix - tais como: como administrar o tempo livre, uma vez que existe esse armazenamento? Determina-se um horário, um local específico? Uma companhia ideal? Para Silva (2014), podemos chamar tal ampliação de produções de séries (em especial as norte-americanas) e as novas “dinâmicas esportivas”, isto é, diversos modos de consumo televisivo de: “cultura das séries”. Silva (2014) compreende esse fenômeno de séries através de três condições centrais em que elas (as séries) se destacam, dentro e fora dos modelos tradicionais de televisão. Ele explica que:

a primeira condição é a que chamamos de forma, e está ligada tanto ao desenvolvimento de novos modelos narrativos, quanto à permanência e à reconfiguração de modelos clássicos, ligados a gêneros

estabelecidos como a *sitcom*, o melodrama e o policial. A segunda condição está relacionada ao contexto tecnológico em torno do digital e da internet, que impulsionou a circulação das séries em nível global, para além do modelo tradicional de circulação televisiva. A terceira condição se refere ao consumo desses programas, seja na dimensão espectral do público, através de comunidades de fãs e de estratégias de engajamento, seja na criação de espaços noticiosos e críticos, vinculados ou não a veículos oficiais de comunicação como grandes jornais e revistas, focados nas séries de televisão. (p. 243)

Tais condições propostas pelo autor provocam inquietações a respeito do impacto da “cultura de séries”, a partir das novas configurações nos modelos narrativos, da circulação de séries pela mudança tecnológica e na repercussão em redes sociais dessas séries: sobre a primeira condição, *Stranger Things* é um indicativo que as séries estão trabalhando novas narrativas, explorando um passado recente (anos 80) para trabalhar o gênero “terror”. Esse tema merece destaque e será debatido em um tópico exclusivo, especialmente pelos seus aspectos nostálgicos, como veremos a seguir. A segunda condição a qual envolve temas do contexto tecnológico é buscar esclarecer o tipo de plataforma utilizada hoje para assistir tais séries. E, por fim, na terceira condição é entender como são estabelecidas essas dinâmicas (dia, hora, frequência assistida) e de que forma esse engajamento é promovido em comunidades de séries, este último, pelo seu destaque, será também desdobrado em um tópico específico, em que abordar-se-á a participação de informantes nessas comunidades. Dessa maneira, buscou-se entender melhor o consumo televisivo contemporâneo e como tais práticas são realizadas pelos espectadores, visto a disponibilidade e, de acordo com o autor, com a circulação de séries promovida pelas tecnologias. É possível perceber que, de uma forma geral, os informantes não se prendem a um horário específico para assistirem sua série predileta, porém alguns deles fazem questão de “devorar” temporadas em finais de semana (maratonas), enquanto outros preferem “degustar” moderadamente assistindo episódios esporadicamente. No ponto de vista de informantes que trabalham, ou seja, com o tempo livre limitado, os finais de semana são mais apropriados para assistir séries, enquanto para os que possuem maior flexibilidade, incluem-se os dias de semana também. Alguns informantes ressaltam a experiência de rituais para assistir televisão (em especial as séries), como a entrevistada 3 que descreveu um passo-a-passo no momento em que assiste alguma série: primeiramente, demora cerca de uma hora, procurando as sinopses e *trailers* sobre a série, além de informações detalhadas sobre ela nas principais redes sociais; observa os comentários e pede indicações para amigos;

realiza buscas no Google e acessa diferentes *websites* do gênero, tais como: Happiness, Pipoca, Catraca Livre, por exemplo, até a decisão de assistir ou não. Após sua escolha, ela assiste sem necessariamente pedir algo para comer, pois, segundo a entrevistada, existe a possibilidade de desviar a atenção e ela prefere “não arriscar” neste momento. É muito comum, ela ver junto com a namorada, a partir da sexta-feira para realizar maratonas, e se a série despertar bastante interesse, também assiste durante os dias de semana pela noite, chegando a ficar até duas horas da manhã, se for o caso, na *smart tv*. Ela se diz bem fiel às indicações da Netflix. Diferentemente dela, para a entrevistada 8, basta um celular na mão e uma temporada de série é “devorada”. Ela comenta que pela manhã, ao acordar e depois de tomar café, sozinha, acessa a Netflix pelo celular e assiste as séries. Já realizou maratonas de “devorar” uma temporada em um dia, como foi o caso da nona temporada de Supernatural. Já o entrevistado 5 só assiste através da tecnologia X-Box One, na TV de 42’. Comenta que não gosta de assistir séries em telas pequenas, como *notebook*. Enquanto o entrevistado 6 assiste normalmente as séries nas sextas-feiras, compra salgadinhos e refrigerante, apaga as luzes do quarto, liga o computador e emenda os episódios nos finais de semana. Podemos identificar a utilização de diferentes tecnologias (*smart tv*, *smartphone*, computador) no discurso dos últimos informantes, e cada um deles, aqui no caso, indicou uma delas.

O entrevistado 1 que diz não ter o costume de determinar um horário específico para assistir as séries, até mesmo pelo expediente que a profissão de aeronauta exige no momento. Mas, em momentos de tempo livre, ele baixa os arquivos *offline* pela Netflix (novo serviço da operadora) e assiste algumas séries pelo *smartphone* ou *tablet*. Em casa, nos horários livres também assiste Netflix (via *streaming*), sem determinação de turno e, por conseguinte, horário específico. Na maioria das vezes, assiste as séries pela noite (horas mais livres) e sozinho. No máximo, assistiu até cinco episódios, sem realizar maratonas. Ou seja, assiste séries de uma forma esporádica, sem a necessidade de programar-se ou preparar um ritual para assisti-las. Já o entrevistado 4 assiste séries sempre nas horas livres, e já chegou ter a companhia do o irmão e do pai quando podiam se reunir, mas hoje aproveita o turno da noite para assisti-las sozinho. Segundo ele, é uma “hora de diversão, sem nenhum incômodo” e não existe um ritual específico e frequentemente assiste pela Sky ou Netflix pela *smart tv*, e menciona que prefere não comer nada durante os episódios para não perder detalhes do conteúdo da série. Quando as séries disponibilizam todos os episódios de uma vez só, ele assiste no máximo até

dois episódios e meio, por já se encontrar cansado do dia, mas deixa claro que o motivo não é por conta da trama. Relata que também prefere ser mais comedido, pois é de costume a temporada seguinte ser lançada somente um ano após que a antecedente. Entretanto, esclareceu que também não consegue assistir somente um episódio. A média é de dois episódios por dia. Ele complementa:

Geralmente, quando é uma série tipo *Stranger Things* e libera todos os episódios de uma temporada, eu não assisto um só não, eu pego uns dois episódios, dois e meio no máximo, até porque depois eu já começo a ficar com sono, por que eu estou cansado, não por conta da série, e também gosto de prolongar, porque vou ficar um ano esperando, então não fico com muita pressa de assistir, porém também não consigo assistir um capítulo só também não, fico aí em torno de dois capítulos por dia. Maratona de fazer seis, sete períodos eu não tenho mais tempo de fazer. Eu trabalho a semana toda, então fica muitas coisas pessoais pra fazer no final de semana, então não tenho mais muito tempo pra ficar assistindo série, fazendo maratona. Mas eu fazia, há um tempo, uns dois anos atrás...às vezes eu varava a madrugada, eu não tinha tempo certo não. Era “profissa” mesmo, vamos supor: *Breaking Bad*, eu comecei assistir vai fazer uns três anos, e eu não conseguia parar, entendeu?! Não conseguia parar pra fazer mais nada, além que assistir a série. E aí já cheguei a dormir 4 horas da manhã, tendo que acordar às sete no outro dia, por conta do vício mesmo, não era nenhum ritual não. Era só deitar e assistir. (Entrevistado 4)

Por fim, vale salientar que os informantes pretendem repetir os modos de assistir televisão (em especial, a segunda temporada de *Stranger Things*) como disse a entrevistada 3 que acredita que irá “devorá-la” num final de semana, como fez com a primeira. Assim como o entrevistado 7, que deseja repetir a dose da maratona. Ele não pretende assistir novamente a primeira temporada, antes da segunda. O que pode acontecer é de assistir depois as duas temporadas juntas.

Por outro lado, o entrevistado 6 que realizou maratona na primeira temporada, hoje confessa que vai assistir de forma mais moderada a segunda temporada para degustar com calma a série. Ele comenta que: “quando assisti ao último episódio, (caraca) agora só ano que vem! Vai demorar muito”. Está acompanhando os atores e promete que pela ansiedade envolvida na primeira temporada, vai assistir de forma mais moderada a segunda temporada. Da mesma forma que o entrevistado 4 reforça: “Não vou fazer maratona não. Quero ir comendo o doce aos poucos. Eu vou assistindo aos pouquinhos alí para não terminar rápido.”

3.5.2.2. A memória afetiva, nostalgia e as referências de *Stranger Things*

Os aspectos nostálgicos tornaram-se certamente pontos de partida para muitos debates entre fãs de todas as idades, inclusive para aqueles que não vivenciaram os anos 80. Esse foi um dos temas mais acentuados durante as entrevistas realizadas quando se perguntava da série. Cabe salientar que alguns que viveram o período dos anos 80 acreditam que a série pode ser assistida pelos que não vivenciaram tal década, porém não conseguirão reconhecer tantas referências sobre a época e criar laços afetivos embasados em experiências reais no momento em que assistem a série. Para melhor compreensão sobre memória, buscou-se aqui os estudos do sociólogo Michael Pollak (1992), em que o autor defende que a memória, primeiramente, é seletiva, uma vez que nem todos os fatos podem ser lembrados e, os que são lembrados foram selecionados por alguma razão de importância para o indivíduo. Ainda segundo o autor, a memória é constituída por três elementos fundamentais: acontecimentos, pessoas (ou personagens) e lugares. Isto é, primeiramente, pelos acontecimentos experimentados pessoalmente, ou também, por aqueles que foram vividos “por tabela”, ou seja, por pertencimento dentro de um determinado grupo ou coletividade. Da mesma forma para as pessoas e/ou personagens que, ou fizeram parte do círculo de amigos ou de convívio, ou pelo simples fato de serem lembradas pela forma de figura pública, por exemplo. E para os lugares, ou particularmente vinculados a alguma lembrança pessoal (pode ser um lugar que freqüentou na infância, não necessariamente com estabelecendo algum fator cronológico) ou por “tabela” pela lembrança obtida por monumentos, arquivos, documentos. Pode-se dizer, então, que para o autor, a memória está estruturada em torno desses três elementos, em que o indivíduo pode ter entrado em contato diretamente ou indiretamente (POLLAK, 1992, p. 3). Isto é, a memória não está exclusivamente composta por experiências vividas, mas também herdadas, ou até mesmo transmitidas por outrem. Segundo Maurice Halbwachs (2006), sociólogo e um dos maiores estudiosos no campo da memória, um indivíduo sempre recorrerá a instrumentos, os quais são fornecidos a ele através do meio social (ideias, palavras) para construção da sua lembrança individual. Segundo o autor: “nossas lembranças permanecem coletivas e nos são lembradas por outros, ainda que se trate de eventos em que somente nós estivemos envolvidos e objetos que somente nós vimos. Isto acontece porque jamais estamos sós. (P.30)

Destaca-se aqui um retorno aos anos 80 e os aspectos nostálgicos encontrados na série *Stranger Things*. Interessante notar que mesmo toda a tecnologia e efemeridade nos dias de hoje, esse resgate é desejado por aqueles que vivenciaram a época, e até mesmo àqueles que não tiveram a experiência de vida na referida década. Nota-se, neste sentido, que alguns os informantes que viveram a era dos anos 80 obtiveram um julgamento mais apurado nesse processo nostálgico, frente aos que não vivenciaram esse momento, uma vez que estes associam os anos 80 por registros, indícios de uma época, “assistidos” ou “transmitidos”, sejam através de familiares, amigos, ou referências de filmes, séries, documentários, novelas antigas disponibilizadas, hoje, em: DVD’s, *streaming* ou na *web*, de um modo geral, que retratam uma cultura da época. Em outros momentos, alguns informantes ainda colocaram em cheque as próprias pessoas que vivenciaram os anos 80 que por algum motivo não recordam com facilidade desses momentos, ou como eles próprios relataram: “não são tão nostálgicos”. Mais intrigante é que os anos 80 ainda é materializado por muitos (incluem-se aqui àqueles que não vivenciaram a época também) nesse processo nostálgico. Fitas cassete tornaram-se capas de celulares, o retorno dos discos de vinil, rádios e aparelhos sonoros, jogos de RPG reforçam a moda retrô (passado recente).

Aqui no nosso caso, de uma maneira geral, os aspectos nostálgicos mais evidenciados pelos informantes foram: filmes cinematográficos (em especial para a produção cinematográfica: *E.T. – O Extraterrestre*), lembrada pela cena que a personagem Eleven está na bicicleta com os amigos: Mike, Dustin, Lucas, e levanta uma caminhonete com seus poderes para ajudá-los durante uma perseguição; a trilha sonora, com destaque para “Should I Stay or Should I go” da banda The Clash, a atmosfera com marcas de produtos antigos e vestuário clássicos da época dos personagens, a “segurança” que existia na época em que os amigos brincavam fora de casa, além do jogo de RPG⁴⁵: *Dungeons & Dragons*⁴⁶, que abre a série com os meninos

⁴⁵*Role-playing game*, também conhecido como RPG (em português: "jogo de interpretação de papéis" ou "jogo de representação"), é um tipo de jogo em que os jogadores assumem papéis de personagens e criam narrativas colaborativamente. O progresso de um jogo se dá de acordo com um sistema de regras predeterminado, dentro das quais os jogadores podem improvisar livremente. Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Role-playing_game

⁴⁶*Dungeons & Dragons* (abreviado como *D&D* ou *DnD*) é um RPG de fantasia medieval desenvolvido originalmente por Gary Gygax e Dave Arneson, e publicado pela primeira vez em 1974 nos Estados Unidos pela TSR, Inc., empresa de Gary Gygax. Hoje o jogo é publicado pela Wizards of the Coast. Jogadores de D&D criam personagens que embarcam em aventuras imaginárias em que eles enfrentam monstros, reúnem tesouros, interagem entre si e ganham pontos de experiência para se tornarem incrivelmente poderosos à medida que o jogo avança. Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Dungeons_%26_Dragons

jogando em cena. É como relata o entrevistado 5, ao dizer que *Stranger Things* é uma referência da infância dos anos 80, mesmo tendo sido gravado em outro país, pela atmosfera da época, além da união dos amigos que transparece em cada cena. A série se diferencia de outras, por trabalharem com crianças, que sustentam uma série inteira com atores mirins, e como ele destaca: “aquela representação bem fiel dos anos 80”. É fã de *Stranger Things* devido aos detalhes construídos da época e identificação com a infância, como aparece em seu comentário:

Também andei de bicicleta caloiross com os amigos pra cima e pra baixo, falei em walktalk, eu só não joguei *Dungeons Dragons*, mas joguei muito Atari, um dos personagens (esqueci o nome dele) tem um Atari em cima da televisão do quarto...no meu caso específico com 43 anos de idade é pura nostalgia! (Entrevistado 5)

Para ele, a nostalgia dentro da série é acentuada também pelos filmes da infância: *E.T.*, *Enigma de outro mundo*, dentre outros. Também gostou muito da trilha sonora e emenda em outro ponto: “uma coisa curiosa que eu vejo é que adolescentes e crianças de hoje gostaram da série também, independente de ter sido dos anos 80”. Um ponto lembrado por ele é a segurança em relação às crianças. Para o entrevistado 5, durante os anos 80, as crianças andavam mais “soltas”, diferentemente dos dias atuais que estão, em todo momento, monitoradas pelos pais. Trata-se de resgatar uma experiência real e trazê-la de volta através dos indícios dos anos 80 apresentados por *Stranger Things*. Segundo o entrevistado:

Saía pela manhã e voltava pela noite, e tudo bem. Não tinha celular e nada. E você percebe isso na série, elas estão por conta delas, não tem ninguém supervisionando, olhando...hoje é impensável no Brasil. (Entrevistado 5)

Os informantes mais jovens chegaram até a questionar e debater com parentes e amigos mais velhos sobre os anos 80. Aliás, a questão da segurança foi bastante discutida pelos informantes, aqui no caso por um informante que trás na memória algo transmitido pelo pai. Inclusive, o entrevistado 4 reforça o tema da segurança, ao dizer que durante a conversa com pai, e durante e depois de assistirem a série, pai (vivência) e filho (referências) relembavam de fatos ocorridos na sua infância. Cabe lembrar que existe essa troca explícita com aqueles que não viveram o período de 80, ele explica:

As referências que a gente trocava eram de filmes que já tínhamos vistos, a Eleven levantando carro, eu falava, olha lá pai, parece aquela

imagem do filme E.T., que eles levantam pra subir e está todo mundo de bicicleta e ela levanta a van daquele grupamento militar que estava buscando ela...(falando do pai): vira e mexe ele invadia a base militar pra brincar...eu moro num local que tem uma área militar, e vira e mexe ele pulava o muro pra ir no rio e tudo mais...(ainda falando da conversa com o pai) bicicleta pra cima e pra baixo, a falta de violência naquela época, você podia andar com tranqüilidade, você deixava seus filhos o dia inteiro na rua...não tinha a falta de segurança que tem hoje em dia. Os encontros eram bailes, as escolas eram de um jeito, de modo integral, essas eram as referências dele. (Entrevistado 4)

Uma curiosidade no relato desse informante é o seu discurso inverso ao dizer que *Stranger Things* suscita questões relacionadas às crianças e tecnologia. Hoje a tecnologia é uma realidade na vida das crianças, e antes elas brincavam com bicicletas, ligavam para as casas para “chamar para brincar”, além de todos reunidos jogando RPG, “descobrimo com os próprios olhos”, ele reforça. Ele lembra esse momento, mesmo que ainda criança, e desafiava: “Por isso, eu virei fã e meu pai virou fã também, porque ele viveu e viu isso também”.

O que é evidenciado em *Stranger Things* para o entrevistado 1 primeiramente, é o ineditismo da série na questão temporal, em não possuir um teor futurístico, nem muito antigo, característico em muitas séries. E sim, por ser tratar de um passado recente. Segundo ele:

Muitos seriados levam muito para o futuro, ou eles levam muito na era imperial, era antiga, assim, tipo, aí eu não acho muito legal, ou no período presente...mostrou algo muito diferente que não se imaginaria fazer isso com os anos 80...” (Entrevistado 1)

As crianças brincando de RPG em cenas de *Stranger Things* fizeram o entrevistado lembrar da infância. Alguns pontos de identificação com a série e sua infância foram destacados, tais como: assim como na série, em que os personagens vivem em Hawkins (cidade pequena), ele morou numa cidade de interior; a cumplicidade entre os amigos, o estilo que as pessoas se vestiam, tipos de cabelo, das calças que familiares usavam, os quais trouxeram boas lembranças. Outros aspectos acentuados por ele: a trilha sonora, os restaurantes com logomarcas da década, e produções cinematográficas, como: E.T., em especial uma cena de todos na bicicleta com uma extra-terrestre (Eleven) são as principais referências da série com os anos 80 para ele. Ao assistir *Stranger Things*, ele lembra:

Os restaurantes com a marca da Coca-Cola ainda com o design antigo, eles mostravam as marcas dos produtos com o logotipo antigo, o cara

que tinha uma hamburgueria é bem interessante, se for olhar para os filmes dessa época eram bem assim as coisas... lembrou minha infância. Eu nasci num sítio, numa cidade muito pequena, e eu brincava com meus amigos...e fazíamos as mesmas coisas que os meninos faziam: era casinha no meio do mato, essas imaginações férteis que eles tinham, eu nessa época também tinha com meus amigos, tenho boas lembranças, assim, até as roupas...putz, eu usava eu tipo de roupa, a minha irmã usava aquele estilo de calça, a minha vizinha tinha aquele estilo de cabelo, achei muito nostalgia isso. (Entrevistado 1)

Todos os aspectos nostálgicos apresentados em *Stranger Things* tornaram-se uma fonte de conhecimento da época. É possível dizer que a própria série incentivou o interesse de fãs que não vivenciaram a época, em até mesmo buscarem informações sobre a época, pela *web*, ou por influência dos pais, para melhor compreender esse momento dentro de *Stranger Things*. Como conta o entrevistado 6 :

Eu tento acompanhar tudo (né), eu trabalho como designer, com ilustrações, gosto muito dessa coisa vintage, dessa coisa do passado, de nostalgia...as roupas que é bem anos 80, a TV, as programações que passa na série, entendeu?! Como He-man, que é um desenho bem antigo que eu gosto pra caramba, aprendi a gostar por influência dos meus pais, da minha família toda. (Entrevistado 6)

Dentre os destaques dos aspectos nostálgicos, a apresentadora Xuxa Meneguel se tornou um indicativo na lembrança de alguns informantes. Eles referenciaram a apresentadora, um dos símbolos da década de 80, com o programa “Xou da Xuxa” em vídeos produzidos na comunidade “*Stranger Things*” (brasileira), como a observação mostrou. O entrevistado 1 comenta que:

Eu nasci e cresci assistindo Xuxa, em que ele vinha num disco voador e tal...nasci e cresci assistindo aquilo, acordava de manhã cedo, oito horas da manhã para assistir a Xuxa. Eu achei muito bacana a Netflix ter dado essa atenção , ter pego a Xuxa e ter feito a propaganda. A propaganda da Xuxa er abem em cima dos anos 80, dos produtos dela. Que a boneca dela era do diabo, não sei o que...eu achei muito legal isso. (Entrevistado 1)

Contudo, cabe salientar que entre alguns entrevistados que não viveram os anos 80, não mencionou-se a apresentadora nas respectivas entrevistas, possivelmente pela ausência de um *recall* ou pelo fato de não terem vivido os anos 80.

Uma percepção sobre os entrevistados que vivenciaram os anos 80 é o detalhamento das lembranças. Esses informantes conseguiram, de alguma forma, recordar de pequenos detalhes nas cenas de *Stranger Things*, muitas vezes, despercebido

por outros, como uma marca antiga da Coca-Cola ou uma hamburgueria da época, como foi observada por eles. Uma curiosidade na colocação daqueles que não viveram a época são as lembranças generalizadas e limitadas em referências (provavelmente transmitidas ou herdadas de algum outro modo) como as produções cinematográficas disponibilizadas em *web* ou em outros canais. Os elementos mais lembrados por eles foram ícones infantis (laços, jogos, bicicleta) e os filmes dos anos 80, uma vez que eles puderam revisita-los em arquivos, documentos, etc..

3.5.2.3. A diversidade de “ser fã” de séries

Nos dias atuais e, de certo modo, com a ajuda da tecnologia, um fã pode mergulhar no universo da série de interesse e investigar informações sobre a vida cotidiana dos personagens, comparar e compartilhar conteúdos, entrar em grupos de discussão e debater algum assunto específico que circunda uma determinada série, fazer novas amizades com outros fãs, acompanhar *blogs* e redes sociais em páginas de comunidades, dentre outras inúmeras participações que estabeleça, de certo modo, um vínculo com a série predileta. Dessa maneira, pode-se dizer que o fã disponibiliza seu tempo e energia para dinamizar com tantos conteúdos, em diversas plataformas. Esse “ativismo” ainda revisado por muitos atores de estudos de recepção e a sua relação na condição de fã suscita algumas inquietações, uma vez que nem todos os fãs, de fato, participam desse processo. O ponto de vista dessa discussão é estabelecer uma possível conceituação para a condição de “ser fã”. Quais seriam esses pré-requisitos para se tornar um fã? Para esclarecer melhor tal indagação, recorreu-se aos estudos de Cornel Sandvoss (2013), em que investigou esse envolvimento dos fãs e os classificou em três grupos: os “fãs”, os “entusiastas” e os “adoradores”; ele explica que:

O primeiro grupo, “fãs”, acompanha intensamente um texto ou ícone cultural determinado quase com exclusividade por meio da mídia de massa. Eles fazem parte de um público pulverizado e não estão vinculados um ao outro em um patamar organizacional. Já o uso das mídias pelos adoradores é mais especializado, assim como o seu objeto de *fandom*. Além disso, eles tendem a desenvolver laços, mesmo que amplamente desorganizados, com outros que partilham esse *fandom*. No caso dos entusiastas, enfim, o que importa não é tanto o objeto de *fandom* mediado pelos meios de comunicação de massa (como, por exemplo, um determinado pop star, um programa televisivo ou time de futebol), e sim a sua própria atividade e produtividade textual, que constituem o cerne do *fandom*. Os

entusiastas consomem textos altamente especializados que são produzidos por outros entusiastas, como os fanzines, que são trocados por meio de estruturas organizacionais como as convenções de fãs, fãs-clubes ou comunidades on-line. (SANDVOSS, 2013, p. 26)

De acordo com os estudos de Sandvoss (2013), pode-se classificar alguns informantes dessa pesquisa como fãs, de um modo geral. Alguns se reconhecem como fãs, em especial, por ter assistido a série de *Stranger Things*, primeiramente, e também por acompanhar as informações sobre os atores, identificação com personagens, além pelo potencial de debater sobre a trama com amigos. Porém, outros informantes podem ser classificados como “entusiastas”, uma vez que reconhecem que esquecem nomes de personagens e não se comprometem com participações em comunidades após assistir as temporadas. Um exemplo desse caso é o entrevistado 1. Para ele, um fã de série é aquele que sabe o nome dos personagens, detalhes deles, e opina sobre o personagem na trama através do reconhecimento de características dos próprios, além de possuir pôsteres, publica fotos de personagens em redes sociais, incorpora o personagem através das roupas e acessórios, além de obter artigos em geral sobre a série. Geralmente, segue as séries pela Internet, em especial rede social Facebook para receber alguma atualização e busca no Google também. Porém, ele não se considera um fã de série, pois acredita em ser deficiente na memorização de nomes de personagens, e que por mais que fique ansioso em terminar as temporadas, não existem preocupações após terminar de assistir todos os episódios. Ele busca mais informações a respeito da próxima temporada, mas sem tamanha inquietação, como explica:

Um fã de séries sabe o nome dos personagens, detalhes de cada personagem e fica tipo dando palpite: o personagem tal vai fazer isso, o personagem tal vai fazer aquilo. O cara deve ter pôsteres em casa, deve ser viciado nessas coisas. Eu no máximo que eu faço é ficar acompanhando se saiu alguma temporada na internet, em redes sociais e Google para receber alguma atualização...em relação a nomes de pessoas, essas coisas, sou bem desapegado. Não me considero um fã de séries, porque, primeiro sou péssimo para lembrar nomes de personagens...eu não fico muito atento aos fãs, o que irá acontecer, eu só fico atento aos seriados que estou assistindo. Fico ansioso até terminar o seriado, acabou, a vida segue. (Entrevistado 1)

Outros informantes descrevem um fã de séries como aquele que assiste todos os episódios e até o final da temporada, comenta com os amigos e fica atento quando a série vai voltar com uma nova temporada. Entender o assunto que envolve a série para pelo menos debater, é imprescindível para ser considerado um fã. Um caso que chamou

atenção foi o depoimento do entrevistado 4 quando ele afirma que, hoje em dia, é mais fácil identificar um fã de série pelas suas publicações e pelas “curtidas” e compartilhamentos sobre as séries em redes sociais. Ainda segundo ele, diferentemente em épocas passadas em que se assistia somente programas de TV aberta, porque não tinha outra solução, ao contrário de hoje, em que existe o interesse do espectador pelo que quer assistir pelo roteiro da série, por exemplo. Ele nos conta que:

Identificar um fã de série, geralmente, hoje está fácil, porque o Facebook, as pessoas comentam ao vivo ali (né), assistindo a série, ou depois, tem muito meme, muitas frases, e tem muita comunidade criada, muita página criada, dedicada às séries, ou a alguma personagem específico. Então você consegue ver o que os amigos estão curtindo. Hoje em dia está mais fácil, porque você...antigamente, você abordava sobre, se a pessoa gostava ou não, talvez ela falava que assistia porque não tinha nada para assistir e não pelo interesse no desenrolar da série, no roteiro da série. Ficava mais complicado, hoje em dia é mais fácil, já está mais difuso, as pessoas comentam e compartilham, então já fica mais tranquilo para saber se ela está ali, acompanhando ou não...me considero um fã de séries, porque minha diversão hoje é praticamente é série...eu gosto de série, desde sempre, posso dizer que sou fã, e posso dizer que não sou viciado por falta de tempo mesmo. A minha preferência é série. (Entrevistado 4)

Para outros informantes, a identificação com algum personagem é essencial para tornar-se fã. O fato de se vestir e repetir alguns comportamentos estabelece uma condição de fã. Segundo o entrevistado 5, um fã de séries é aquele que se enxerga em algum personagem - quem ele queria ser ou por lhe inspirar - ou que gosta do enredo, do universo da temática. Acredita que, geralmente, são jovens (adolescentes) que são fiéis à cultura dos super-heróis, em especial. Ele ressalta que, uma vez que existe uma variedade de histórias, e pela possibilidade da continuidade, pode voltar àquele “universo” inúmeras vezes. Já para o entrevistado 6 ser fã de série é “você não ir pela modinha”, como comenta. Ele explica que ser fã de série é não se importar com as críticas existentes, uma vez que elas podem influenciar na sua decisão. Indica que o melhor é assistir a série e depois ler as críticas. Se considera um fã de séries, pois sempre se envolveu com a temática “heróis”, desde a época de sua infância, quando lia HQ. Ele comenta que:

Eu me considero um fã de séries, na verdade, eu acompanho essas séries voltadas mais para heróis, Marvel, sempre gostei disso (entendeu?!) sempre fui envolvido nessa questão de quadrinhos desde quando era criança e antigamente a gente não tinha muito isso na TV

(entendeu?!), essas séries de heróis, essas coisas. Daí pra frente não parei de assistir. (Entrevistado 6)

Um aspecto importante que se destacou durante as entrevistas é a potencialidade da participação, ou seja, do engajamento criado em comunidades de fãs, ao ponto de ser um diferencial (ou até mesmo condição) para estabelecer o que é “ser fã” em tempos atuais, segundo os depoimentos dos informantes. Esse debate é acentuado pela discussão do que pode diferenciar, hoje, um fã de um espectador. Matt Hills (2015), autor do livro “Fan Cultures” (2002) em entrevista realizada para a revista Matrizes (2015), explica que o envolvimento emocional é o que determina tal condição de fã. As práticas envolvidas nesse “ativismo” podem diferenciar, por exemplo, fãs de seguidores, ele explica:

Penso, na verdade, que o termo fã – embora seja utilizado, em quaisquer discursos que seja inserido e qualquer tipo ou espécie de *fandom* que seja – simplesmente não pode funcionar como uma categoria ou termo inteiramente delimitado. Creio que o *fandom* é sempre um conjunto ou conceito vago; não há nunca uma demarcação clara dele como uma categoria. Existem gradações que vão das noções de fã e audiência. Pode haver algumas pessoas que não se considerem elas mesmas como fãs e não fazem parte de uma comunidade ou cultura de fã, e não se autoidentificam como um fã. Assim, é possível dizer que elas são um membro da audiência ou outra coisa – elas não são um fã... Mas se suas atividades são analisadas, como o possível uso de mídia social, o envolvimento da criatividade em certos domínios, seria possível dizer que elas são audiências similares a fãs... classicamente, existe uma distinção em Tulloch e Jenkins (1995) entre “fãs versus seguidores”, no livro *Science Fiction Audiences: Watching Doctor Who and Star Trek*. Eles argumentam que a diferença entre um fã e um seguidor é que um fã pode reivindicar uma identidade cultural por meio do seu *fandom*, de modo que vestem camisetas, desempenham o papel de outros – verdadeiros ou imaginários – e também estão envolvidos na produção textual. Desse modo, isso faz de você um fã, enquanto um seguidor pode assistir a certo programa de TV, mas se eles perdem um episódio não se importam. Eles continuarão seguindo, ainda continuam envolvidos com o programa, mas não tem a intensidade de engajamento emocional. E a diferença crucial é que eles não reivindicam uma identidade cultural a partir disso. Assim, podemos consumir uma grande quantidade de mídia, podemos ver conteúdo com bastante frequência – em consonância com a definição de Sandvoss – e podemos assisti-la com um nível de envolvimento emocional. (p. 151 e 152)

Pode-se perceber que no contexto contemporâneo, o engajamento emocional se evidencia na cultura de fãs. Relatos dos informantes indicam a importância da participação e o quanto isso caracteriza a condição de “ser fã”. Em virtude desse aspecto notado nesse tema emergente, procurou-se uma melhor compressão sobre tal

participação para esclarecer melhor o comprometimento com a série, medido pelo grau de engajamento nessas comunidades e elucidar a categoria de “fã participativo” tão expressivo nas informações coletadas, como pode ser verificado no tópico, a seguir.

3.5.2.4. O fã da cultura participativa

Em tempos atuais, nota-se uma evidência para expressões como “cultura da participação” ou “cultura participativa” que traduzem, de um modo geral, ações de indivíduos dentro de um grupo específico em mídias digitais. Sejam ações de movimentos políticos, estudantis, feministas, ou como aqui no caso, de fãs de séries, os quais ativam e compartilham conteúdos sobre suas séries prediletas em comunidades específicas sobre elas. Esse enfoque participativo é reconhecido por Jenkins (2009) pelo contexto da transmídiação, em que torna-se possível a circulação de vários conteúdos produzidos por “agentes criativos”, os quais compartilham, comentam, realizam interações sociais em suas comunidades em rede, como visto no primeiro capítulo. A proposta aqui é elucidar o que provoca e como se dá essas práticas por parte dos fãs de séries, aqui no caso de *Stranger Things*. Para melhor compreensão dessas práticas, Fechine (2014) defende que esse “trabalho” corresponde às práticas textuais de conteúdos. Ela reforça que:

O fã é, em suma, um tipo particular de consumidor de mídia identificado a determinadas práticas, dentre as quais as adotadas pelo fandom podem ser consideradas como expressões máximas de envolvimento (*fan fiction, fan videos, fan art, fanzines* etc.). No caso particular da transmídiação, ele pode ser pensado como um tipo de consumidor que se dispõe a realizar o “trabalho” de cooperação textual proposto pelos produtores, um “trabalho” sem o qual o texto transmídia não se realiza como tal visto que sua manifestação depende de relações, conexões e associações por fazer. Esse “trabalho” corresponde ao que denominamos de práticas textuais, indicando com o qualificativo (textuais) um tipo de prática diretamente associada ao agenciamento sobre ou a partir dos conteúdos. (p.14)

Pode-se dizer que os informantes da pesquisa entram na categoria de fãs que realizam tais “práticas textuais” pelo comprometimento e participação em *fandons* da série. Segundo os informantes essa é uma atividade corriqueira durante e/ou após assistirem suas séries prediletas. No entanto, um caso específico que chamou atenção foi o da entrevistada 8 ao declarar que, mesmo pertencente em alguma comunidade, não

participa ativamente em nenhuma delas. Possivelmente aqui, ela enquadra numa condição de “seguidora” (HILLS, 2015) ou uma “consumidora casual” (JENKINS, 2009). Por mais que tenha desenvolvido uma arte (*fanart*) para a capa do caderno da escola com a marca da série e com uma citação do personagem Dustin (personagem, o qual se esforçou para lembrar), não achou necessário publicar em nenhum momento ou comunidade. Ela relata que:

Escrevi Stranger Things no caderno, direitinho igual estava lá...não cheguei a publicar e coloquei uma frase que o (ai esqueci o nome dele)...o Dustin! Que tem cabelo enroladinho..mas não achei que seria necessário publicar isso...mas foi bem triste porque arrancaram a capa do meu caderno...eu me vinguei da menina...foi horrível. (Entrevistada 8)

Outros informantes se consideram mais participativos nessas comunidades, ao interagirem com fãs e conteúdos (até mesmo produzido por eles próprios) publicados nas *timelines* das comunidades. Inclusive, essa participação dos fãs de Stranger Things, pelo que foi possível se depreender dos relatos dos informantes é provocada, de uma maneira geral, a partir de três temáticas principais de publicação nessas comunidades: personagens (em especial, Eleven); aspecto nostálgico: vídeo criado pela Netflix da apresentadora Xuxa Meneguel e pela segunda temporada, impulsionado, provavelmente pela página “Stranger Things” (brasileira) com a chancela Netflix. O entrevistado 1 no momento que assistia a série, publicava na rede social a seguinte mensagem “assistindo Stranger Thing” na sua página pessoal na rede social Facebook. E após de assisti-la até o final da temporada chegou a buscar informações na comunidade “Stranger Things” (brasileira) da segunda temporada e observou outras pessoas comentando sobre publicações. Ele conta o quão interessante é a maneira informal que os próprios organizadores respondiam os comentários, ao “brincar” com os fãs. Já a entrevistada 2, apesar de também admirar a maneira informal aplicada na comunidade “Stranger Things” (brasileira) acredita que a comunidade “Stranger Things Brasil” informa mais sobre os assuntos da série. Um caso atípico, como visto, foi o da entrevistada 8, pois não mencionou o aspecto nostálgico em nenhum momento. A informante reforça que publicou as fotos tiradas do evento de *Halloween* com a temática de Stranger Things do curso de inglês somente na página pessoal da rede social Facebook, mas não, especificamente, em comunidades. Disse ter conversado sobre a série com vários amigos (*offline*) e após assistir, comentou a série na página pessoal da rede social Facebook por causa da Eleven e pelo suspense que circunda exclusivamente a

personagem. Aliás, a personagem Eleven se tornou o foco de muitos comentários entre os informantes, em especial pelo papel de heroína (em função de ser do gênero feminino e possuir super poderes) entre o grupo de amigos. Cabe reforçar que, entrevistado 4 que comentou publicações a respeito da personagem também.

Já a entrevistada 3 comenta e faz “marcação” de amigos sobre personagens nas redes sociais. Ela geralmente faz comentários em comunidades de fãs em publicações sobre a vida cotidiana de personagens e “marcações” de alguns *posts* com um intuito de convidar os amigos para assistirem a segunda temporada. Lembrou, rapidamente, da publicação sobre a Xuxa na comunidade “Stranger Things” (brasileira) e fez um “print” da tela e postou na sua página pessoal. Ela explica que:

Eu comento mais sobre os personagens...mas também de alguns talking shows (publicações) que geralmente eles ficam comentando, e se tiver algum trailer diferenciado...quando o Netflix fez aquela publicação da Xuxa, eu achei hilário (risos) tirei um print e publiquei: Meu Deus , o que que é isso! (risos) aí ficou meio um “memezinho” assim.” (Entrevistada 3)

Falar sobre personagens e assuntos que circundam a série tornou-se uma preocupação para o entrevistado 6. Sua preocupação é de evitar, ao máximo, fazer *spoilers*, uma vez que, além de indicar séries, gosta de comentar episódios de Stranger Things em redes sociais, ele explica que:

Quando eu vou fazer menções a essa série, eu não gosto de dar *spoiler*, então falo um todo, falo da série como um todo, entendeu?! Falo de uma maneira geral: essa série é muito boa, vale à pena assistir, te faz a gente lembrar muito da década passada. E as pessoas vão interessar nisso, entendeu?! Vão se interessando e procurando assistir. Então procuro não dar *spoiler*, não falar dos personagens, não falar do que vai rolar na série para pessoa entrar mesmo dentro da série, entendeu?! (Entrevistado 6)

Para outros informantes, em especial os que vivenciaram os anos 80, as temáticas das publicações mais comentadas nas comunidades foram: a trilha sonora, similaridade com os filmes dos anos 80, e jogos, como Atari, dentre inúmeras (talvez até mesmo pelo fato de estarem mais aprofundados sobre o aspecto nostálgico, como visto). Pode-se perceber que os comentários tiveram certa relevância na cultura participativa desses fãs em redes sociais, em especial no Facebook. Vários informantes desenvolveram produções artísticas com o objetivo de divulgar espontaneamente a série. Para Jenkins (2009), essa participação gerou conflitos entre produtores das séries

e o desejo dos fãs em publicarem suas respectivas produções. São fãs que lutam por reivindicações de direitos de participar na comunidade. Ele reforça que:

Em toda parte e em todos os níveis, o termo “participação” emergiu como um conceito dominante, embora cercado de expectativas conflitantes. As corporações imaginam a participação como algo que podem iniciar e parar, canalizar e redirecionar, transformar em mercadoria e vender. As proibicionistas estão tentando impedir a participação não autorizada; as cooperativistas estão tentando conquistar para si os criadores alternativos. Os consumidores, por outro lado, estão reivindicando o direito de participar da cultura, sob suas próprias condições, quando e onde desejarem. Esse consumidor, mais poderoso, enfrenta uma série de batalhas para preservar e expandir seu direito de participar. (p. 236)

Esse é um detalhe que chama atenção a respeito da seleção de produções publicadas em páginas oficiais, como “Stranger Things” (brasileira) e também, aqui no caso, da comunidade “Stranger Things Brasil”. Para que a produção de um determinado fã seja divulgada na *timeline* da comunidade, deve-se passar pelo crivo de seus organizadores, como visto no processo de observação. Certamente, tais produções quando escolhidas e publicadas tornaram-se alvo de ofertas para autorização e comercialização de peças, enquanto outros fãs da série trabalham em seus tempos livres para promover suas produções e conquistar a publicação nessas comunidades. Possivelmente, essa seleção provoca uma hierarquização de fãs mediada por produções publicadas. Trata-se de uma sensação de prestígio e, por conseguinte, de reconhecimento do esforço de cada um deles.

3.5.2.5. O capital cultural dos fãs de Stranger Things

As produções artísticas desenvolvidas pelos fãs (*fanarts, fanfics, fanvideos*, etc.) repercutem na cultura participativa. São inúmeros comentários e, de certa forma, retratam a paixão deles pelas séries. Essas produções foram realizadas através de um conhecimento adquirido sobre a série ou personagem, envolvimento por alguma identificação com o objeto, e trabalhadas em técnicas de manipulações de *softwares* gráficos, dentre outras. Trata-se aqui de uma determinada classe privilegiada dos que possuem acesso a tais conhecimentos para a realização das artes. Deve-se chamar atenção, então, que nem todos estão envolvidos nesse processo. Aqueles que tiverem

acesso às informações, provavelmente, merecerão um lugar de destaque por tais técnicas utilizadas. Como Pierre Bordieu (1979) defende, o capital cultural é mais que uma “subcultura de classes”, mas sim um instrumento de poder. Isto é, aqueles que tiverem acesso a esse capital cultural terão mais valor, mais “distinção” que os demais. É uma estratégia para se diferenciar de grupos específicos, estimulando, assim, o estabelecimento de hierarquias entre os fãs das comunidades.

Durante as entrevistas, pôde-se observar que vários informantes se utilizaram de técnicas específicas em diferentes produções. Esse é o caso do entrevistado 6, que utilizou técnicas de pintura com café para produzir sua *fanart*. Ele nos conta (que além dessa *fanart*): “cheguei a fazer também uma arte digital de como seria uma fita VHS hoje em dia com a capa Stranger Things”. Reforça também que essas *fanarts* influenciaram muitos amigos a assistirem a série.

Inicialmente, o entrevistado 6 nos conta que publicou uma ilustração desenvolvida através da técnica de café, inspirado na personagem Eleven. Tal produção artística chegou a ser divulgada na *timeline* da comunidade “Stranger Things Brasil”. Essa publicação teve um significado especial para o informante, pois nem todas as *fanarts* são escolhidas para a *timeline* da comunidade. Ele nos conta que:

Comecei a compartilhar (a ilustração dele pintada com café sobre Stranger Things) com pessoal, com fãs, pessoal curtiu demais, recebi proposta de venda do quadro, mas decidi guardar pra mim porque sou um fã e eu sei um dia eu vou poder apresentar isso para os meus filhos e ter orgulho de falar que essa série vale a pena acompanhar.
(Entrevistado 6)



Figura 59: *Fanart* enviada pelo informante 6

Isto é, a *fanart* realizada teve outro sentido para ele que não era comercial. E no caso da segunda arte produzida (VHS digital) fez questão de sua autoria ser mencionada

(autorização) em possíveis compartilhamentos, uma vez que gosta de saber, através de marcações e menções para onde o trabalho dele “está indo”. Ele reforça que essa repercussão não está relacionada em hipótese alguma com questões comerciais ou financeiros. Ele explica que: “eu não vejo pelo valor financeiro não, faço por amor mesmo. Tenho muitas artes aqui que eu não disponho porque eu faço por amor mesmo”. E complementa que por isso se considera um fã de *Stranger Things*, pois não produziu para qualquer outra série.

Ao voltar para a contribuição de Bordieu (1979) e à ideia de “capital nostálgico” sugerida pela presente pesquisa, provavelmente àqueles que viveram os anos 80 detém certa primazia frente aos que não vivenciaram e podendo se utilizar de aspectos vivenciados (“competências culturais”) como identificar elementos da época, tais como: jogos, discos, móveis, músicas, etc. para se destacar. Esse foi o caso do entrevistado 7, que produziu uma música de sete minutos inspirada nos timbres da década de 80, em especial a abertura de *Stranger Things*, como pano de fundo, além de outros “climas” de muitos episódios. Mais uma vez, reforça-se aqui a qualificação em técnicas para a fabricação de produções artísticas. O informante explica que as inspirações foram: “os timbres muitos característicos dos sintetizadores de Joy-Division, Depeche Mode, New Order, da década de 80”. Trata-se de uma música instrumental baseada no tema da série, somente com o refrão de “Should I Stay or Should I Go” da banda The Clash. A produção musical foi publicada na *timeline* da comunidade de “*Stranger Things*” (o que é bem difícil) e, segundo o entrevistado, obteve uma aceitação de mais de 17 mil visualizações, inclusive tornou-se *ringtone* de celulares, de acordo com os comentários de fãs. Para o informante:

Eu achei muito interessante, principalmente o teaser, por que o teaser tem 30 segundos, a música completa tem 7 minutos...o que eu achei legal que o teaser que tem 36 segundos, um trequinho que tirei da música, teve gente falando que virou o ringtone do meu celular...foi uma resposta muito legal pra mim assim, eu gostei demais de como a galera recebeu bem, eu não vi ninguém falando mal da música...é muito difícil na Internet, você conseguir ninguém falando mal...eu não vi um comentário ruim da música...Foi muito gratificante. É até difícil falar isso (né) porque óbvio que todo mundo tem um pouco de ego...mas eu sou, de fato, bastante desprendido dessa parte...de precisar da aprovação das pessoas, acho que talvez um pouco pela idade (né). Mas o que eu achei legal foi que os fãs da série acharam legal...não teve assim uma: estragou a música., ou está tentando ganhar alguma coisa, porque como eu disse, eu disponibilizei a música totalmente de graça...não é uma música que posso dizer que é comercial. (Entrevistado 7)

Figura 60: Stranger Synths - Produção artística sonora



Fonte: Youtube

A entrevistada 3, que como designer tem o domínio de técnicas de softwares gráficos, realizou uma ilustração (*fanart*) sobre a série, utilizando os personagens mirins, e foi escolhida para ser publicada na *timeline* da comunidade “Stranger Things Brasil”. Sua intenção era apenas publicizar seu amor à série, sem mesmo criar expectativa de futuros comentários sobre sua produção artística publicada.

De qualquer forma, alguns fãs pediram autorização para produzir pôsteres com a ilustração. Inclusive, a designer chegou a produzir uma segunda ilustração, porém não achou necessário publicá-la em comunidades. Esse relato da entrevistada 3 mostra que mesmo quando não há um empenho maior na divulgação de uma *fanart*, o produto tem um enorme potencial de circulação entre os fãs que querem desfrutar das criações relacionadas à série. Em suas palavras:

Além de me identificar com a Onze (Eleven) eu faço algumas ilustrações, e fiz uma ilustração do Stranger Things que foi para um site, acho que foi para o “Stranger Things Brasil” que foi bem legal também...assim que eu terminei de ver, pois naquela época não tinha sido ainda um estouro (a série) da Netflix, eu publiquei uma ilustração minimalista do Mike, da Onze, do Dustin e do Lucas e joguei lá que foi pro “Stranger Things Brasil”. Daí o pessoal gostou, deu aquele estouro, daí todo mundo gostou...eu simplesmente joguei, não conversei com ninguém, somente com os meus amigos...mas online nem fiquei acompanhando...o pessoal comentou e nem cheguei a dar

muita bola pra isso, mas o pessoal que fez (comentários) queriam fazer pôster, no caso, pra pendurar na parede...pediram autorização. (Entrevistada 3)

Segue abaixo produção artística, desenvolvida pela entrevistada:

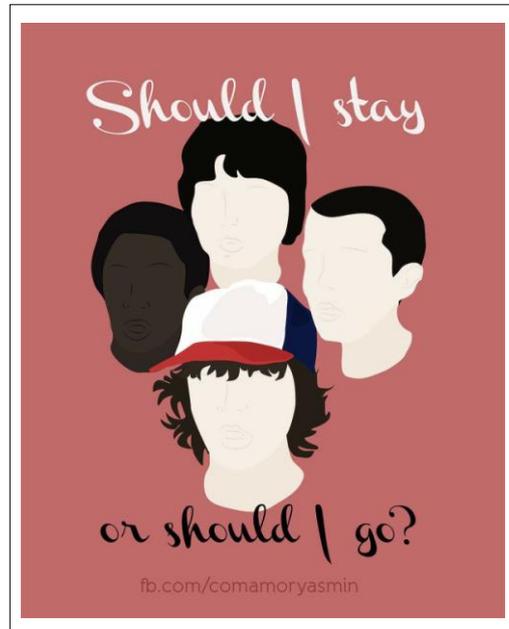


Figura 61: *Fanart* enviada pela informante 3

Considerações Finais

Os aspectos nostálgicos encontrados nas publicações das comunidades de “Stranger Things” (brasileira) e “Stranger Things Brasil” são expressivos e determinam uma hierarquização de fãs pela representatividade de cada produção artística ou “práticas textuais” publicadas nessas comunidades, com destaque para aquelas que se utilizam dos aspectos dos anos 80 encontrados na série. Como num jogo de visibilidade, fãs desempenham um papel participativo e se esforçam para atender pré-requisitos durante trocas sociais em redes, aqui no caso, com enfoque no “capital nostálgico”.

O exercício de trabalhar a pesquisa de campo com duas frentes: os que vivenciaram os anos 80 e aqueles que não vivenciaram a época reforçaram a presença de um “capital de competência cultural”, aqui denominado “capital nostálgico”, que se evidencia na experiência de ter vivido e nas respectivas lembranças da época, e que desse modo, favorece àqueles que vivenciaram os anos 80 dentro da hierarquia de fãs das duas comunidades. Esse capital é investido em produções mais detalhadas e ricas sobre os anos 80, como o caso da música produzida por um fã da época.

De qualquer forma, alguns fãs que não vivenciaram a época também trabalharam ícones dos anos 80, como forma de homenagear e reproduzir o período em que passa a série, como foi o caso de um fã que trabalhou a fita VHS numa de suas ilustrações. As técnicas de manipulação de imagens, de utilização de softwares, e até mesmo pintura com café foram destaques para àqueles que não vivenciaram os anos 80 e reproduziram temas de personagens em suas produções artísticas. Nota-se aqui a existência de um imaginário social, em que se reconstrói no caso, algumas representações sobre os anos 80. Cabe aqui lembrar que nem todos os informantes participaram do processo de visibilidade, como foi o caso de um deles, que preferiu o anonimato guardando sua produção artística para si mesma. Deve-se levar em consideração a performance dos fãs calcada, não somente nas suas produções artísticas, mas na sua participação, de um modo geral. Segundo os informantes, a participação determina a condição de “ser fã”, uma vez que através das redes sociais, informações estão sempre sendo atualizadas sobre a série, além da dinâmica das trocas entre eles.

Um aspecto identificado e curioso é que as páginas dessas comunidades seguem políticas para publicação de produções artísticas de fãs, as quais, possivelmente, avaliam pela pertinência de temas e de técnicas utilizadas artisticamente, como foi o caso de alguns informantes. Pode-se dizer aqui que existe uma moeda de troca nas

produções artísticas para que elas sejam publicadas, uma delas, provavelmente é o aspecto nostálgico. Podemos sugerir, então, que existem hoje: produções informacionais, elaboradas por parte dos organizadores, que visam, provavelmente, um relacionamento próximo com esses fãs e as produções escolhidas para entrarem na *timeline* dessas comunidades. É importante lembrar a utilização de linguagem informal por essas comunidades (em especial, “Stranger Things” (brasileira)) como um modo de interação com seus respectivos públicos-alvo.

Foram constatados também alguns aspectos importantes quanto à atenção dada à nostalgia e a série *Stranger Things*: primeiro que as referências nostálgicas em *Stranger Things* são um diferencial das principais discussões estabelecidas nas comunidades da série. Como observado, as publicações que retratam algum aspecto nostálgico ficaram entre as mais comentadas, curtidas ou marcadas pelos fãs. Outros temas que obtiveram destaque foram: o cotidiano dos atores mirins, personagens e simulações entre desenhos e programas infantis da época na versão de *Stranger Things*, como, por exemplo, cenas em que aparecem a apresentadora Xuxa e a versão do desenho animado “A Turma de Charlie Brown”.

Percebeu-se também a multiplicidade de canais digitais para assistir à série. Enquanto alguns optaram por assistir em telas grandes, como a *smart tv*, outros preferem assistir em outros dispositivos, tais como *notebook* e até mesmo no próprio *smartphone*. Os horários livres foram os mais utilizados para assistir a série, mesmo quando assistem na companhia de outrem, dada a disponibilidade de inúmeros títulos nessas plataformas. Cabe ressaltar também que a rede social Facebook, foi considerada a “mídia regente” dos informantes; a partir dela, todos outros desdobramentos sobre a série são realizados. Nela, a comunidade “Stranger Things” (brasileira) ressalta, prioritariamente, aspectos nostálgicos, enquanto a comunidade “Stranger Things Brasil” tem um enfoque nos atores e personagens da série. Cabe salientar, que somente a comunidade “Stranger Things Brasil” funciona como ponto de venda e promoções de produtos da série. Provavelmente, páginas oficiais não querem traduzir seus conteúdos com este tipo de comercialização e sim, criar relacionamentos com esses fãs.

Seja através de uma referência ou de uma experiência vivida, a memória dos anos 80 é muito presente para os fãs pesquisados de *Stranger Things*. Esse potencial nostálgico revela uma audiência diversificada formada por diferentes gerações, que ao mesmo tempo, compartilham experiências, sejam elas virtuais ou não.

Referências

- BARBOSA, Livia. *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2004.
- BAUDRILLARD, Jean. *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: Edições 70, 1991.
- CAMPANELLA, Bruno. *A comunidade de fãs do Big Brother: um Estudo Etnográfico*. Artigo apresentado no Colóquio Internacional Televisão e Realidade – UFBA - Universidade Federal da Bahia. Salvador - BA, 21 a 24/10/2008.
- _____. *O fã na cultura da divergência: hierarquia e disputa em uma comunidade on-line* – Contemporânea/Comunicação e Cultura – UFBA - Universidade Federal da Bahia. Salvador - BA, 2012.
- CAMPBELL, Colin. “*Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno*”. In BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (orgs). *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.
- CASTELLANO, Mayka. “*I do marathons (on Netflix)*”: *as práticas dos fãs nas novas formas de ver e compartilhar TVI*” – Artigo apresentado na Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro, RJ,04 a 07/09/2015.
- DIZARD Jr., Wilson. *A Nova Mídia. A comunicação de massa na era da informação*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1998.
- GASKELL, G. (2002). *Entrevistas individuais e grupais*. In: M. W. Bauer & G. Gaskell, G. (Org.), *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático* (p. 64-73). (P. A. Guareschi, Trad.). Petrópolis: Vozes (Original publicado em 2000).
- GOMES, Laura Graziela. *Fansites ou o "consumo da experiência" na mídia contemporânea*. *Horiz. antropol.*, Dez 2007, vol.13, no.28, p.313-344.
- HINE, Christine. *Virtual Ethnography:Capítulo 3 - The Virtual Objects of Ethnographic*. Sage Publication. 2000.
- _____. *Internet Research and Unobstrusive Methods*. University of Surrey. 2011
- JENKINS, Henry. *A Cultura da Convergência*. 2ª edição. São Paulo: Aleph, 2009.
- LACALLE, Charo. *As novas narrativas da ficção televisiva e a Internet*. Matrizes – Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade de São Paulo, Nº2. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2010
- LEVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*. Rio de Janeiro. Ed.34. 1993.
- MARINO, Paula Rodrigues. *As noções de texto e discurso nos Estudos Culturais: Stuart Hall, David Morley e John Fiske*. *Novos Olhares - ISSN 2238-7714*. Revista de Estudos Sobre

Práticas de Recepção a Produtos Midiáticos. Ano 4. Número 7. Página 25 e 26. Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. 2016.

MONTEZ, Carlos; BECKER, Valdecir. *TV Digital Interativa: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil*. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2005. 2ª edição.

NEGROPONTE, Nicholas. *Vida Digital*. São Paulo, Cia das Letras, 1995.

PROULX, Mike & SHEPATIN, Stacey. *Social TV: how marketers can reach and engage audiences by connecting television to the WEB, social media and mobile*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc, 2012.

ROCHA, Everardo. *Representações do consumo: estudos sobre a narrativa publicitária*. Coleção Cultura e Consumo. Editora Puc-Rio, 2006.

SLATER, Don. *Cultura de consumo e modernidade*. São Paulo, Nobel, 2002.

Internet – Acessados entre os dias 01 de março de 2016 à 02 de Fevereiro de 2017

ANDERSON, Chris. *Netflix data shows shifting demand down the Long Tail*. Disponível em: Chris Anderson's blog [http://www.longtail.com/the_long_tail/2009/09/netflix-data-shows-shifting-demand-down-the-long-tail.html]

BERGSON. *Matéria e Memória. Ensaio sobre a relação do corpo com o espírito*. 2ª Edição. Martins Fontes. 1999. Disponível em: <https://marcofabionuva.files.wordpress.com/2011/08/matc3a9ria-e-memc3b3ria.pdf>

BRAGA, Adriana. *Sociabilidades Digitais e a reconfiguração das relações sociais*. Desigualdade & Diversidade – Revista de Ciências Sociais da PUC-Rio, nº 9, ago/dez, 2011, pp. 95-104. Disponível: <http://desigualdadediversidade.soc.puc-rio.br/media>

CANNITO, Newton. *A TV 1.5. A Televisão na Era Digital*. Tese Doutorado. Escola de Comunicação e Artes - USP – Universidade de São Paulo. São Paulo. 2009. Disponível em: [<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-21102010-103237/pt-br.php>]

CAPANEMA, Leticia. *A Televisão no Ciberespaço: Reformulações da televisão na internet e na TV digital*. Revista Geminis. Ano 4. Número 1. Páginas 20 a 36. Disponível em: [<http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/125/97>]

CRUZ, Leonardo Ribeiro. *A “Guerra dos Warez” como dádiva: uma aproximação entre o compartilhamento de arquivos e a antropologia de Marcel Mauss*. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/wordpress/24324.pdf>

FECHINE, Yvana. *Transmídiação e cultura participativa: pensando as práticas textuais de agenciamento dos fãs de telenovelas brasileiras*. In: Revista Contracampo, v. 31, n. 1, ed. dezembro-março ano 2014. Niterói: Contracampo, 2014. Págs: 5-22. Disponível em: <http://www.contracampo.uff.br/index.php/revista/article/viewFile/694/430>

FELTES, Simone. *Ao alcance da mão e em movimento: Os usos e os processos interacionais Na recepção da tv digital no celular*. 2011. Disponível em: [<http://biblioteca.asav.org.br/vinculos/tede/SimoneFeltescienciasdacomunicao.pdf>]

GRECO, Clarice. *O fandom como objeto e os objetos do fandom. Entrevista com Matt Hills*. Revista Matrizes. V. 9. Nº1. Páginas 147-163. São Paulo

Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/viewFile/100678/99411>

LEMOS, André L.M. *Anjos interativos e retribalização do mundo. Sobre interatividade e interfaces digitais*, 1997. Disponível em: [<http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/interac.html>] 15/06/2016.

LIMA, Isabelle. *TV sob demanda e internet mudam atitudes do espectador, que está mais ansioso e viciado*. Folha de São Paulo. Disponível em: [<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/09/1346222-tv-sob-demanda-e-internet-mudam-atitudes-do-espectador-que-esta-mais-ansioso-e-viciado.shtml>]

LOPES, Maria Immacolata V. de. *Uma agenda metodológica presente para a pesquisa de recepção na América Latina*. In. JACKS, Nilda, et al. (orgs.). *Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro*. Quito-Ecuador: Editorial “Quipus”, CIESPAL, 2011. Disponível em: [<http://www.sacod.ufpr.br/portal/comunicacaomestrado/wp-content/uploads/sites/10/2011/10/IMMACOLATA1.pdf>]

POLLAK, Michael. *Memória e Identidade Social Estudos Históricos*. V.1. Rio de Janeiro. 1992. Disponível em: http://www.pgedf.ufpr.br/downloads/Artigos%20PS%20Mest%202014/Andre%20Capraro/memoria_e_identidade_social.pdf

RECUERO. Raquel. *Redes Sociais na Internet*. 2009. Editora Meridional. Porto Alegre. Disponível em: <http://www.ichca.ufal.br/graduacao/biblioteconomia/v1/wp-content/uploads/redessociaisnainternetrecuero.pdf>

SANDVOSS, Cornel. *Quando a estrutura e a agência se encontram: os fãs e o poder*. Tradução de Simone do Vale. Ciberlegenda: Revista Eletrônica do Programa de Pós-graduação em Comunicação – PPGCOM/UFF, n. 28, 2013. Disponível em: <http://www.uff.br/ciberlegenda/ojs/index.php/revista/issue/view/A%20Cultura%20f%C3%A3%20na%20era%20das%20m%C3%ADdias%20digitais/showToc>.

SILVA, Gilda Olinto do Valle. *Capital Cultural, Classe e Gênero em Bourdieu*. INFORMARE – Cadernos do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. Volume 1. Páginas 24-36. 1995. Disponível em: <http://ridi.ibict.br/bitstream/123456789/215/1/OlintoSilvaINFORMAREv1n2.pdf>

<https://pt.wikipedia.org/wiki/Broadcasting>

<http://www.b9.com.br/39253/entretenimento/netflix/>

<http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2007/05/netflix-best-way-to-rent-movies.html>

<http://www.b9.com.br/39253/entretenimento/netflix/>

Todas as redes sociais, blogs e websites referente à plataforma Netflix e a série Stranger Things.

Anexos

Anexo I

Questionário referente à pesquisa realizada entre os dias 9 e 14 de maio de 2016:

- 1) Como conheceu e o que fez contratar os serviços da tecnologia Netflix?
- 2) Lembre de um dia que você tenha assistido a Netflix e descreva, por favor:
 - a) Como você escolheu o que assistiu?
 - b) O que assistiu?
 - c) Em que local assistiu?
 - d) Durante quanto tempo?
 - e) Em quais mídias?
 - d) Com quem assistiu?
 - e) Comentou o que viu em alguma rede social? Qual?
- 3) Existe muita variação de outros dias que você assistiu Netflix, em relação a esse dia que acabou de relatar? Caso sim, dê exemplo(s) do que mudou em relação ao que relatou na pergunta anterior.
- 4) Em qual horário você assiste televisão: aberta, a cabo (caso tenha acesso) e "on demand" (aqui no caso, Netflix)? Monte uma possível programação semanal, apontando os programas, meios e veículos mais assistidos. Ex.: 20:30 - Jornal Nacional - Tv aberta - Rede Globo. 21:00 - Conta Corrente - Tv fechada – GloboNews.

- 4) Quais os pontos favoráveis nos conteúdos disponíveis na Netflix?
- 5) Na ausência do sinal da internet, você assiste televisão convencional? Com quem assiste?

Anexo II

Questionário a ser divulgado nas páginas das comunidades de Stranger Things

1. Sexo: () masculino () Feminino
2. Qual a sua idade?
3. Como conheceu o seriado? Redes sociais? Indicação Amigo? Indicação Netflix?
Outros.

4. Depois que assistiu o primeiro episódio com que frequência assistiu o restante da temporada? X semanas

5. Realizou maratona?

Caso sim:

a) Em quanto tempo? () 1 dia () 2 dias () 3 dias

b) Em quais dias com maior frequência: () dias úteis () final de semana

Caso não:

a) Quanto tempo levou para assistir a temporada?

b) Em quais dias com maior frequência: () dias úteis () final de semana

6. Com quem assistiu?

7. Em que tecnologia? TV, Tablet...

8. Depois que assistiu publicou algum post em alguma rede social? Caso sim, em qual (is)?

9. Durante a temporada conseguiu correlacionar com alguma produção cinematográfica clássica? Caso sim, quais?

10. Conseguiu conciliar aspectos do seriado com alguma lembrança dos anos 80? Quais momentos?

11. Reconheceu a trilha sonora por um momento vivido na época? Caso sim, em qual momento e com que música?

12. Conhecia os atores antes de assistir a série?

13. Stranger Things é um seriado que...

Anexo III – Roteiro entrevista

O roteiro abaixo está embasado em determinados pilares pré-estabelecidos para atender os objetivos da dissertação, referenciando o comportamento de fãs frente ao capital nostálgico da série Stranger Things. Cabe salientar aqui que essa segunda etapa é composta por um entendimento qualitativo, a partir da seleção de oito fãs (durante a observação das comunidades para uma entrevista individual) com a finalidade de compreender mais a fundo o comportamento dos fãs com enfoque não somente no papel ativista do espectador contemporâneo, mas também no papel do capital nostálgico na formação de identidades-culturais e produção cultural. Desse modo, tornaram-se pilares:

perfil e comportamento de fãs, novas formas de espetatorialidade (modos de participação antes, durante e após assistir a série) e a relevância do referido capital nostálgico.

Como pré-requisito, estabeleceu-se uma amostra de fãs categorizada em diferentes perfis de grupos nas duas comunidades observadas, ao levar em consideração: grupos de fãs que vivenciaram a década de 80 e grupo de fãs que nasceram nessa época e elucidar os impactos e repercussões neste “ativismo” em relação ao viés nostálgico de *Stranger Things*. Quatro fãs de cada respectivo grupo foram entrevistados, de acordo com o seguinte roteiro.

Na primeira parte, analisou-se o perfil dos fãs durante a observação (nesta etapa foram considerados no processo seletivo, os comentários que revelaram algum indício de vivência ou não na década de 80). Após a seleção e em questionário pré-estabelecido, eles foram classificados quanto à faixa etária, grau de instrução e assuntos relacionados ao cotidiano (trabalho, tempo disponível e hobbies). Num segundo momento, questionou-se sobre a experiência do consumo televisivo e o potencial do capital nostálgico e os reflexos de tal “ativismo” antes, durante e depois de assistirem a série. Segue abaixo, questionário de entrevista gravada em áudio, via Skype:

1. Perfil do Fã das Comunidades:

1.1. Nome

1.2. Idade

1.3. Grau de Instrução (Complementar: se estiver na Universidade, qual curso faz; se tiver curso universitário completo, qual foi o curso)

1.4. Trabalha? () Sim () Não. Em que área?

(Acrescentar: Estado civil? Tem filhos?)

2. Experiência consumo televisivo

2.1. Você gosta de assistir séries?

2.2. Qual ou quais as suas preferidas?

2.3. Qual sua série preferida? Por que gosta dela?

2.4. Como você gosta de assistir séries? Existe algum ritual para assisti-los?

Preparação: Turno? Dia da semana? Convida alguém? Assiste sozinho? Faz maratonas?

Prepara alguma comida? Tipo de plataforma? Quais as séries assistidas até o momento?
Com que frequência foram assistidas?

2.5. Para você, como a gente pode identificar um fã de séries?

2.6. Você se considera um fã de séries?

3. Experiência consumo televisivo – Stranger Things

3.1. Como vc ficou sabendo da série ST?

3.2. Por que você gostou da série?

3.3. O que diferencia Stranger Things das outras séries?

3.4. Você se considera um fã de Stranger Things (ST)? Por que?

3.5. Se a pessoa comentar espontaneamente sobre nostalgia, perguntar:

- O que você gostou mais no modo como a nostalgia aparece na série?

- Podia dar exemplos dos episódios de coisas nostálgicas que apareceram e que você achou legal?

3.6. Se a pessoa não viveu os anos 80, perguntar:

- Você já tinha interesse pelos anos 80? (Se a pessoa falar que sim: Podia falar um pouco do que despertou esse seu interesse, especificamente?)

- O que você gostou mais no modo como a nostalgia aparece na série?

- Podia dar exemplos dos episódios de coisas nostálgicas que apareceram e que você achou legal?

3.7. Como assistiu a série Stranger Things? Algum ritual praticado? Preparação: Turno? Dia da semana? Convidou alguém? Assistiu sozinho? Fez maratona? Prepara alguma comida? Tipo de plataforma?

3.8. Caso não tenha comentado sobre o aspecto nostálgico: Muitas pessoas falam da nostalgia que a série possui em sua temática. Te chamou atenção esse aspecto na série? Caso o entrevistado responder “sim”: O que você gostou mais no modo como a nostalgia aparece na série? Podia dar exemplos dos episódios de coisas nostálgicas que apareceram e que você achou legal?

4. Após consumo televisivo: Stranger Things

4.1. Comentou a série em alguma rede de sociabilidade? (mudar para: rede social) Qual? acrescentar: Sobre que temática? (personagens, nostalgia, terror, etc.. Com que frequência? Após cada episódio? Depois de assistir a temporada completa? Em qual (is) comunidade(s)? Foi (foram) publicada(s)? acrescentar: Você podia falar como foram algumas dessas postagens?

4.2. Depois da primeira postagem chegou a realizar outras? Caso sim, sobre que temática? (personagens, nostalgia, terror, etc.). Com que frequência? Em qual (is) comunidade(s)? Foi (foram) publicada(s)? acrescentar: Você podia falar como foram algumas dessas postagens?

4.3. Desenvolveu alguma *fanart*? Quais foram os principais formatos criados? Imagens? Vídeos? Acrescentar: Como foi (foram) essa(s) *fanart*(s)? Com que frequência? Após cada episódio? Depois de assistir a temporada completa? Em qual (is) comunidade(s)? Foi (foram) publicada(s)?

4.4. Você busca informação sobre a série em outros lugares, além das redes sociais?

4.5. Além das conversas nas redes sociais, tem alguma coisa que você tenha feito ou faz, que tenha relação com a série?

4.6. Como está sua expectativa para a próxima temporada?