

CONECTANDO CONTROVÉRSIAS: UMA ANÁLISE DA INTERAÇÃO DOS USUÁRIOS NA REDE SOCIAL E A REALIZAÇÃO DAS MARATONAS DE SÉRIES.

Jéssica Maria Brasileiro de Figueiredo ¹

Resumo: Este artigo busca verificar qual a relação entre as interações das pessoas na rede social com a prática das maratonas de séries. Os comentários nas redes sociais podem ser um atrativo para que mais pessoas pratiquem maratona de séries? De que forma esses comentários reproduzem e reforçam a prática? Para discursar sobre essas questões, primeiramente vamos situar o lugar das maratonas no contexto contemporâneo, observando os componentes midiáticos e tecnológicos que viabilizam seu exercício. Adiante, explicamos o funcionamento da cartografia da controvérsia, metodologia escolhida para proceder o estudo, que permite a observação de uma discussão em um campo técnico-científico. Como objeto, selecionamos uma publicação feita na página do Facebook da empresa Netflix, e analisamos os comentários desta postagem. Utilizamos o esquema de árvore (fluxograma) demonstrado por Tommaso Venturini (2012) para fazer correlações entre os comentários e reparar de que maneira estes reforçam a prática da maratona. Com tais considerações abordadas, percebemos que a maratona está inserida num complexo arvoredo de fenômenos interligados, sendo a interação dos usuários na fanpage um elemento importante que opera nesse contexto, capaz de redimensionar a relevância da prática.

Palavras-chave: maratona de séries, Netflix, fanpage, cartografia da controvérsia

Introdução

O consumo de conteúdo televisivo no formato tradicional, seguindo a programação oferecida por um canal, está em transformação no atual contexto contemporâneo. Isso se dá por conta da quantidade crescente de plataformas digitais que oferecem transmissão de vídeo sob demanda, dando ao espectador a possibilidade de escolher o que quer assistir, quando e em qual dispositivo.

De acordo com a pesquisadora Camila Saccomori (2015), todas as pontas do mercado audiovisual estão sendo afetadas pelas evoluções tecnológicas, alterando assim modos de produção, distribuição e consumo dos produtos. No que se refere ao mercado televisivo, esta nova forma de assistir programas sem depender de uma grade, vem colocando em cheque modos consolidados de se relacionar com a TV. Como observam Rossini e Renner (2015, p. 5): “O poder de decisão da programação pelo espectador através do serviço *on demand* inaugura uma nova autonomia na experiência audiovisual, simplificada na lógica do conteúdo ‘tudo o que você puder assistir’”.

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGC/UFPB. E-mail: jessicambf1@gmail.com

Para o mercado de séries televisivas, a tecnologia parece estar agindo a favor, oferecendo mais espaço para que novas séries sejam exibidas e conquistem público, estreitando relações entre a produção dos títulos e os espectadores finais. Neste cenário, empresas como a californiana Netflix se tornam figuras essenciais para potencializar essas reconfigurações, simplificando *modos operandis* tradicionais dos grandes estúdios de TV. Um exemplo disso é a maneira como a empresa conduz suas produções originais. Para começar, a Netflix não interfere no conteúdo das séries: os executivos recebem o roteiro e vão direto para a etapa de produção, pulando o longo processo de avaliação e desenvolvimento, em que a série tem que se adaptar aos critérios do estúdio e/ou da emissora para ser exibida².

Outro aspecto característico de boa parte das plataformas de vídeo sob demanda hoje disponíveis no mercado, é a liberação de temporadas completas das séries de uma vez. Com todos os capítulos disponíveis em um site ou aplicativo, os assinantes têm autonomia para decidir quando querem assistir as séries e até escolher se querem assistir vários episódios da mesma série, de séries diferentes, ou intercalar entre séries e filmes, a depender dos produtos oferecidos no catálogo. Na Netflix, há produções que são liberadas por completo e outras que são disponibilizadas por semana, em dias e horários específicos. Porém, estas últimas permanecem no catálogo, podendo ser assistidas por inteira depois que a temporada finaliza.

Este cenário contemporâneo de constante transição abre possibilidades também para novas dinâmicas espectatoriais, derivadas justamente desse fácil acesso às plataformas e da grande quantidade de conteúdo audiovisual que nos é oferecido continuamente.

Qualquer coisa a qualquer hora em qualquer lugar: propostas como a da Netflix, que oferece um catálogo virtual de bilhões de horas de conteúdo audiovisual, transforma a experiência de consumo de seriados disponibilizando títulos antigos e novos aos seus assinantes, dando a possibilidade de total controle ao usuário sobre qual produto assistir, em que tempo e em diversos dispositivos tecnológicos, seja na sala da TV (outrora o grande eletrodoméstico da casa), seja nas telas móveis que acompanham o ser digital (SACCOMORI, 2015, p. 54).

Neste trabalho, vamos abordar sobre uma das dinâmicas espectatoriais presentes no cenário atual, a prática das maratonas de séries. Em suma, fazer uma maratona de série implica em assistir vários episódios seguidos de uma narrativa seriada, num curto

² Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/como-o-netflix-batera-a-marca-de-us-100-milhoes-de-lucro/>>. Acesso em 28 dez 2017.

espaço de tempo, utilizando DVD ou serviço de streaming. Esta maneira de assistir as séries também é chamada de *binge-watching*³.

O termo em inglês pode ser traduzido como “assistir de modo compulsivo” e, embora traga esta conotação negativa da compulsão, na verdade descreve uma prática cultural que propõe modos de consumir séries de televisão até então impensados. Como relata Anderson Lopes da Silva (2015, p. 7), o *binge-watching* “pode ser visto como um novo hábito, comportamento ou tendência no consumo midiático”. Assim, o espectador se torna o único responsável pela forma como irá consumir o produto, indo na contramão da lógica de exibição tradicional da TV.

Na perspectiva da pesquisadora Elizabeth Cohen (2017), as expressões negativas do *binge-watching* estão mais relacionadas ao sedentarismo, do que à maratona em si. A professora observa que ler um romance por várias horas pode ser uma atividade tão sedentária quanto assistir televisão, no entanto, não há nenhum termo pejorativo para indicar a realização dessa leitura. Assim, a autora prefere descrever o *binge-watching* como “*marathon viewing*”, em tradução literal, assistir em maratona.

Além da mudança no termo, a autora também ressalta que a atividade pode ser prazerosa, especialmente por inserir o espectador numa experiência de “*flow*”. Trata-se de um estado de completa imersão, em que a pessoa que assiste perde a noção do tempo e de qualquer outra coisa ao seu redor, focando inteiramente na história. “Interrupções como propagandas podem quebrar esse ciclo, desviando o espectador do estado de imersão e direcionando sua atenção para fora da história” (COHEN, 2017).⁴

Saccomori (2016) nos atenta para o fato de que a maratona não é uma atividade recente, que surgiu com as novas tecnologias. Segundo a autora, desde a década de 1980, o VHS e o DVD permitiam que fãs de cinema e TV assistissem os conteúdos da maneira como quisessem, podendo então realizar maratonas de filmes e/ou de séries. “Este comportamento exigia, porém, um movimento do espectador em busca do conteúdo desejado, nem sempre disponível para ser obtido conforme a [sua] necessidade” (SACCOMORI, 2016, p. 24). Na atualidade, o que observamos é uma expansão dessa prática – podemos perceber que ela está mais presente no cotidiano das pessoas, sendo parte elementar dos horários de lazer e entretenimento dos jovens e

³ Disponível em: <<https://en.oxforddictionaries.com/definition/us/binge-watch>>. Acesso em 28 dez 2017.

⁴ Do original: Interruptions like advertising can break the continuous viewing cycle by disrupting the flow state and drawing viewers out of the story.

adultos. Esta inserção das maratonas no cotidiano advém de diversos fatores, entre eles, as facilidades de acesso, proporcionadas pelas plataformas de vídeo sob demanda (VoD).

Os espectadores estão acostumados e querem assistir aos conteúdos que acompanham quando querem ou têm tempo disponível. Além disso, muitos consideram o download uma prática que exige um esforço que não estão dispostos a ter. O VoD leva a um público mais geral, hábitos que antes estavam restritos aos fãs mais engajados, como as maratonas e o consumo repetitivo de episódios (CURI, 2015, p. 205).

No contexto apresentado, percebemos que a realização das maratonas de séries se torna uma prática inserida num contexto tecnológico em constante evolução, ao mesmo tempo associada a diversos elementos midiáticos. Temos a tecnologia, facilitando o acesso às séries; os modos de produção da narrativa; e as interações entre as pessoas na rede social, promovendo discussão constante sobre as séries, agindo diretamente na popularidade dos títulos.

Neste trabalho, vamos nos ater a este último item para compreender qual a relação entre essa interação das pessoas nas redes sociais e a prática das maratonas de séries. Os comentários nas redes sociais podem ser um atrativo para que mais pessoas pratiquem maratona de séries? De que forma esses comentários reproduzem e reforçam a execução da prática?

Para realizar esta análise, selecionamos duas postagens realizadas no Facebook da empresa Netflix, que trata justamente sobre a maratona. Nesta postagem, usuários comentam sobre suas próprias experiências fazendo maratonas pela Netflix, destacando pontos positivos e negativos, e também contando detalhes sobre sua relação com as séries e com a prática em si. Para criar associações entre estes comentários e a maratona, buscamos na cartografia da controvérsia, o esquema de árvore ou fluxograma. Esta metodologia é associada à teoria ator-rede de Bruno Latour (2012) e recebeu atenção do pesquisador Tommaso Venturini (2009-2012), o qual será a maior fonte de referência desta pesquisa. Adiante, elucidamos os elementos que compõem a cartografia da controvérsia e o método selecionado para efetivar o estudo aqui proposto.

Controvérsias

Desenvolvida por Bruno Latour (2012) e associada à teoria ator-rede, esse método científico é capaz de lidar com a multiplicidade de atores humanos e não humanos, buscando compreender suas interações e principalmente suas divergências,

num agregado social. Trata-se da elaboração de dispositivos para observar e descrever debates sociais que cerceiam especialmente, mas não exclusivamente, questões tecnológicas e científicas.

As controvérsias, portanto, seriam tais debates polêmicos acerca de diferentes assuntos, que envolvem de alguma maneira a tecnologia. Nas controvérsias, é considerada a interação não só entre pessoas num determinado grupo. Os suportes tecnológicos e os objetos da discussão também fazem parte, tendo que ser igualmente considerados pelos pesquisadores. Venturini (2009) cita como exemplo os polêmicos debates sobre aquecimento global e sua relação com os carros. O autor nota que, alguns anos atrás, ninguém iria imaginar que houvesse alguma relação entre os automóveis e as geleiras – mas pesquisas científicas começaram a ser realizadas e então as discussões foram tomando lugar na sociedade, aparecendo em noticiários, revistas, enfim, se tornando um assunto que traz grandes discordâncias sempre que é abordado.

Podemos observar que as controvérsias são formuladas a partir de opiniões divergentes, que vão além do “concordo” e “discordo”, gerando um debate incansável sobre um determinado tema, que podem ser analisados sob diferentes óticas. Trata-se de uma incerteza compartilhada, lugares onde as relações mais contraditórias ocorrem. Como observa Venturini (2009), toda controvérsia funciona como um “fórum híbrido”, espaço de conflito e negociação entre atores que poderiam simplesmente se ignorar. Nas controvérsias, os atores discordam ou concordam na discordância. “A noção de discordância deve ser levada no nível mais amplo: controvérsias começam quando atores descobrem que não podem ignorar uns aos outros e terminam quando atores encontram um jeito de conviverem juntos. Qualquer coisa entre esses dois extremos pode ser chamada de controvérsia” (VENTURINI, 2009, p. 261).⁵

A cartografia da controvérsia entra como uma ferramenta para fazer um recorte, ainda que artificial, dessas discussões, permitindo uma leitura abrangente do fenômeno. Essa metodologia não exige que o pesquisador use determinadas ferramentas engessadas para analisar esses debates, ficando livre para mesclar referências conceituais e teorias variadas.

⁵ Do original: The notion of disagreement is to be taken in the widest sense: controversies begin when actors discover that they cannot ignore each other and controversies end when actors manage to work out a solid compromise to live together. Anything between these two extremes can be called a controversy.

Diante dessa suposta “liberdade” de escolha, a metodologia parece fácil de ser realizada – porém, Venturini (2009) atenta para o fato de que essa permissividade de elaboração torna o processo ainda mais complicado. O pesquisador, neste caso, precisa se manter o mais aberto possível a todas as mudanças ocorridas nas controvérsias, observando-as sob pontos de vistas diferentes, considerando todas as interações – especialmente provocadas pelos atores. Deve-se usar técnicas e propostas analíticas variadas, mesclando-as sem restrições. Deve-se considerar todas as perspectivas possíveis. Deve-se, por fim, dar valor à posição dos atores na discussão e a tudo que é debatido.

Cartografando as controvérsias

O trabalho de cartografar controvérsias é semelhante ao de desenhar um mapa: o cartógrafo procura coletar o maior número de dados possíveis de um terreno, para que a representação fique fidedigna ao real. Assim, para observar e descrever os debates sociais, é preciso ferramentas que possibilitem a criação de associações com esses dados, procurando compreender de que maneira essas representações afetam a vida dos indivíduos. Como observa Bruno Westermann (2015, p. 6), “descrever o social é mais um trabalho de coletar muitas informações buscando desenhar as associações e as controvérsias, em vez de encaixá-las em algum tipo de categoria”.

Para realizar esse mapeamento, o pesquisador precisa direcionar um olhar objetivo para a discussão, observando pontos como: a representatividade dos atores participantes; a influência de cada ator na discussão, observando de que maneira sua participação muda a decisão dos outros atores; e o interesse que cada ator tem em permanecer no debate. Muitas vezes, um pequeno grupo com atores entusiasmados pode apresentar uma controvérsia mais interessante do que um grande grupo com atores que não se estimulam a prosseguir com a discussão (VENTURINI, 2012).

Com as novas tecnologias digitais e as redes sociais, tornou-se mais simples identificar o lugar onde as controvérsias ocorrem. A rede social é um ambiente amplo, por isso, se faz necessário uma estrutura para fazer o recorte e analisar as controvérsias presentes nela. Venturini (2012) propõe nove métodos digitais. Dentre os citados pelo autor, selecionamos para este trabalho o método *The tree of disagreement*, também conhecido como árvore ou fluxograma. Esse esquema permite observar como se articulam os argumentos na discussão, como eles estão associados a questões mais complexas presentes na sociedade contemporânea.

Em seu trabalho anterior, Venturini (2009) destaca controvérsias ligadas a temas como aquecimento global ou mutações genéticas; entretanto, é possível perceber discussões ocorrendo em diversos campos conhecimento, inclusive nas artes e na comunicação. Portanto, analisar os debates que discorrem sobre o consumo de séries de televisão, especialmente sobre um tipo específico de comportamento, que é o da maratona, é algo de extrema relevância, pois está associado à nossa vida cotidiana e às atividades que fazemos no tempo livre.

Isto posto, percebemos que utilizar a metodologia de árvore para cartografar uma discussão sobre a realização das maratonas de permite perceber como essa atividade está transformando modos de produção de conteúdo, acesso à mídia e influenciando o comportamento dos espectadores. Para cumprir essa esquematização, selecionamos uma postagem realizadas na página no Facebook da Netflix Brasil e observamos os principais comentários – ou seja, aqueles comentários com mais interações, que receberam mais curtidas e respostas da própria empresa ou de outros usuários; ou os comentários mais relevantes para o estudo proposto.

A postagem foi publicada dia 27 de julho de 2017 e aponta: “As olheiras de hoje são a maratona de ontem”⁶. Com esta sentença, a postagem apresenta uma questão conflitante, que ressaltada pelos usuários nos comentários da postagem: o fato de eles perderem madrugadas por terem passado a noite acordado assistindo as séries sem parar. Ou seja, por mais que gostem de assistir aos títulos seriados, eles assumem sentir dificuldade em parar, perdendo assim noites de sono e ficando com olheiras. Em resposta à postagem, muitos usuários comentaram concordando com essa situação, contando experiências pessoais sobre estarem com olheiras e se sentirem cansados no dia seguinte (Figura 1).

Figura 1: "As olheiras de hoje são a maratona de ontem"

⁶ Disponível em: <<https://www.facebook.com/netflixbrasil/videos/1537188976337890/>> Acesso em 10 jan 2018.

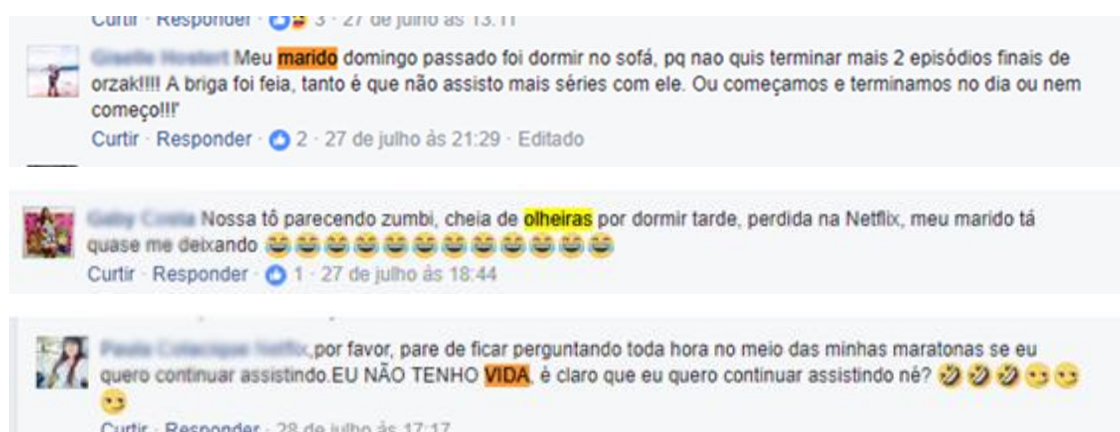


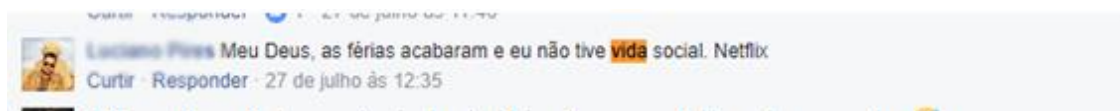
Fonte: Página da Netflix no Facebook

Além do cansaço físico, as pessoas também comentam deixar de sair com os amigos para assistir as séries nos fins de semana. Identificamos comentários das pessoas afirmando preferirem ficar assistindo as séries do que ter uma vida social ativa (Figura 2). Diante destes comentários, percebemos que há uma controvérsia em relação às maratonas: mesmo perdendo o sono e os amigos, as pessoas encontram prazer e satisfação na prática.

Podemos pensar que uma coisa leva à outra (fazer maratona te faz perder o sono e ficar isolado), entretanto, não é possível comprovar efetivamente esta relação. Cada espectador administra sua maratona de maneira particular e isso nem sempre está relacionado estritamente com isolamento social ou sedentarismo.

Figura 2: Comentários na postagem da Netflix no Facebook





Fonte: Página da Netflix no Facebook

A questão da maratona vai além da sua relação com a saúde e qualidade de vida dos espectadores. Embora os comentários mostrem essa associação, este trabalho procura inserir a prática em outro prisma, sob a ótica do consumo participativo.

Notamos que nos comentários, a empresa se presta a tirar dúvidas e fazer brincadeiras com os usuários, promovendo uma interação mútua entre empresa e pessoas. Verificamos que os comentários que recebem resposta da empresa são os que têm mais curtidas e reações de outras pessoas, como se essa resposta da empresa de certa forma estimulasse mais usuários a também participarem da conversa (Figura 3).

Figura 3: Comentários na postagem da Netflix no Facebook



Fonte: Página da Netflix no Facebook

Diante desta interação, percebemos que mesmo quando os comentários não recebem resposta, as pessoas se sentem motivadas a escrever sobre suas preferências e experiências em relação à maratona de séries. Além do “vício” em assistir os títulos, as noites sem dormir e à “perda” da vida social, muitos usuários também se sentem motivados a publicar sobre quantas séries assistiram, citando seus títulos preferidos.

A experiência de assistir séries esteja relacionada ao gosto pessoal de cada espectador. Entretanto, a partir da coleta de comentários desta postagem, verificamos

um maior número de menções a séries de dois gêneros específicos: fantasia e dramas com mulheres protagonistas. Assim, séries como *Stranger Things*, *Supernatural*, *Lucifer* e outras que conversam com o gênero de fantasia, ficção científica e suspense, são citadas com frequência pelo público. Além dessas, dramas como *How To Get Away With Murder*, *Grey's Anatomy*, *Scandal* e *Gilmore Girls* também são comentadas com frequência (Figura 4).

Figura 4: Comentários da postagem da Netflix no Facebook



Fonte: Página da Netflix no Facebook

É possível associar a preferência do público da postagem por algumas séries recém-lançadas, como no caso do título *Ozark*, lançado na semana da postagem. Porém, este não parece ser um fator determinante. Nos comentários, verificamos que os usuários também comentam sobre fazer maratonas de séries antigas, como *Supernatural*, *Gilmore Girls*, *Grey's Anatomy*.

Ao tomar esta postagem como recorte, reparamos que os comentários na rede social podem servir de termômetro para saber quais séries estão sendo mais assistidas do que outras, sendo possível assim perceber a preferência geral dos espectadores Netflix que interagem na fanpage. Observar este aspecto mostra que existem vários

fatores relacionados ao comportamento da maratona, indo além da simples facilidade tecnológica ou da oferta de títulos.

Este espectador parece não se contentar em simplesmente assistir as séries na plataforma. Ele utiliza a rede social para interagir com outras pessoas, falar sobre seus modos de ver, o tempo que passou assistindo tais séries, e também sobre os seus títulos preferidos. Ao encontrar na página um campo interativo, em que ele pode eventualmente receber um comentário da própria empresa Netflix ou de outras pessoas, naturalmente o espectador encontra ali um lugar de interação e debate, que pode tirar dúvidas e demonstrar afeto em relação aos títulos que assiste.

Com tais análises propostas, percebemos que a maratona é um comportamento que faz parte da rotina de um espectador ativo, participante, que não reduz sua experiência ao simples assistir, mas também busca nas redes sociais interações com outras pessoas e com a própria empresa, para se expressar e falar livremente sobre como, quando, por quanto tempo, quantos e quais títulos são bons para fazer maratonas.

A controvérsia no fluxograma

A cartografia da controvérsia possibilita enxergar o fenômeno social de maneira abrangente, a partir das associações desenvolvidas no esquema de árvore (fluxograma). Tais associações mostram a influência das controvérsias no nosso cotidiano. Nesse caso, percebemos a controvérsia afetando o comportamento e a qualidade de vida dos espectadores, ao mesmo tempo modificando sua maneira de se relacionar com os títulos seriados.

Dado isso, o objetivo deste trabalho não é chegar a comprovações concretas sobre o fenômeno, mas entender de que maneira as articulações observadas nos comentários demonstram e reforçam as mudanças na maneira de consumir séries de televisão na atualidade. Para realizar esta análise, utilizamos os comentários na publicação citada anteriormente e desenvolvemos o fluxograma abaixo.

Figura 5: Fluxograma da controvérsia



Fonte: Elaborada pela autora

Ao separar a análise entre pontos negativos e positivos, evidenciamos que o debate acerca da prática da maratona traz dois polos, e dentro desses polos outros pontos de divergência que podem ou não concordar entre si. É o caso, por exemplo, de as pessoas fazerem as maratonas à noite e perderem o sono, ficando cansado no dia seguinte, mas continuarem com a prática, pois nutrem uma relação de afeto com as narrativas.

Assim, mesmo a atividade estando relacionada com comportamentos sedentários (embora não seja a que causa esses comportamentos), fazer maratonas ainda é uma maneira de estimular a criatividade e o pensamento crítico; este exercício acontece de forma mais eficaz quando o espectador entra no “*flow*”, ou seja, assiste vários episódios seguidos num fluxo sem interrupções (COHEN, 2017). Diante disto, percebemos que embora os fatores negativos demonstrem uma discordância, eles são aceitos pelos praticantes da maratona.

Neste trabalho, verificamos que mesmo quando os comentários não recebem resposta – ou seja, quando outras pessoas não interagem com os comentários publicados na postagem – as pessoas continuam se expressando, contando suas séries favoritas, comentando sobre como fazem as maratonas de modo muito pessoal. Observar isto nos mostra que a maratona pode ser compreendida como uma prática de consumo participativo, permitindo que o espectador interaja com outros, bem como com a própria empresa que fornece as séries via streaming, através da rede social.

Diante de tais considerações, percebemos que a maratona está associada a uma diversidade de elementos midiáticos e tecnológicos, que ao operarem entre si, reforçam as questões favoráveis e desfavoráveis da realização da prática. Percebemos vários fatores atuando num contexto amplo, facilitado pela tecnologia e pelo acesso à internet. O suporte midiático da Netflix, nesse caso, também entra como ator nessa controvérsia, uma vez que sem ele não seria possível realizar as maratonas.

Além da empresa, estratégias de lançamento das séries; aposta em gêneros de preferência, como fantasia e dramas com mulheres; composição das narrativas e a interação entre os usuários nas redes sociais – todos esses componentes se articulam para que a prática da maratona seja executada e o fenômeno se evidencie. As controvérsias fazem parte desse fenômeno, portanto, realizar esta cartografia permite analisá-las com legitimidade.

Considerações finais

Com a pesquisa realizada neste trabalho, verificamos de que maneira uma controvérsia pode transcender e fazer surgir questões acerca de diversos aspectos sociais e contemporâneos. Neste caso, percebemos que o comportamento do público foi mais evidenciado: as pessoas interagem por espontânea vontade na rede social, compartilhando hábitos e experiências pessoais, contando histórias da própria vida num campo aberto.

Tais informações nos dão subsídio para realizar o estudo, fazer as conexões e compreender de que maneira a maratona afeta o comportamento dos espectadores, alterando inclusive o seu papel no cenário midiático contemporâneo. O consumidor participativo está fazendo maratona ao mesmo tempo que está presente nas mais diversas plataformas, interagindo ativamente, dando sua palavra e reafirmando suas preferências. A cartografia nos permitiu observar de que maneira a maratona está associada a este perfil de consumidor.

As conexões geradas neste trabalho trouxeram reflexões acerca do contexto no qual a maratonas está inserida, permitindo que se evidenciasse elementos midiáticos que estão conectados com a prática. Também foi possível perceber as mudanças no relacionamento do espectador com as ficções seriadas que esta atividade, de certa forma, provoca.

Indo além, também notamos que não basta somente esses elementos operarem isoladamente para que a prática aconteça – tudo está conectado, proporcionando ao espectador uma experiência rica e criativa, que ultrapassa o sentar e assistir. A inserção

das temporadas completas na plataforma, a temática, a narrativa e a promoção das séries na rede social; todos estes elementos atuam conjuntamente numa interação circular em que a presença de um favorece a atuação do outro.

Com as observações citadas e descritas, esperamos que este artigo traga contribuições para este campo do conhecimento, ampliando as pesquisas na área de comunicação que relaciona a indústria televisiva com o consumo dos espectadores, em especial à maneira como esse consumo ganha novas configurações a partir do uso de novas tecnologias presentes no contexto midiático contemporâneo.

REFERÊNCIAS

COHEN, E. What's behind TV bingeing's bad rap? **The Conversation**, 2017. Disponível em: <<https://theconversation.com/whats-behind-tv-bingeings-bad-rap-74399>>. Acesso em: 2 ago 2017.

CURI, P. P. **À margem da convergência: hábitos de consumo de fãs brasileiros de séries de TV estadunidenses**. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói.

LATOUR, B. **Reagregando o social**. Salvador: Edufba, 2012.

PERKS, L. G. **Media marathoning: immersions in morality**. Nova York: Lexington Books, 2014.

ROSSINI, M. D. S.; RENNER, A. G. **Nova cultura visual? Netflix e a mudança no processo de produção, distribuição e consumo do audiovisual**. XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Rio de Janeiro: [s.n.]. 2015. p. 1-13.

SACCOMORI, C. Qualquer coisa a qualquer hora em qualquer lugar: as novas experiências de consumo de seriados via Netflix. **Revista Temática**, João Pessoa, v. XI, n. 04, abril 2015.

SACCOMORI, C. **PRÁTICAS DE BINGE-WATCHING NA ERA DIGITAL. Novas experiências de consumo de seriados em maratonas no Netflix**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica, Porto Alegre.

SILVA, A. L. D. A prática do binge-watching nas séries exibidas em streaming: sobre os novos modos de consumo da ficção seriada. **Congresso Internacional de Comunicação e Consumo**, São Paulo, 2015.

VENTURINI, T. Diving in magma: how to explore controversies with actor-network theory. **Public Understanding of Science**, Portland, v. 19, n. 3, 2009.

VENTURINI, T. Building on Faults - How to Represent Controversies with Digital Methods. **Public Understanding of Science**, Portland, v. 21, n. 7, 2012.

WESTERMANN, B. **A Teoria Ator-Rede e o ensino de violão na modalidade EaD: primeiras aproximações**. XXII Congresso Nacional da Associação Brasileira de Educação Musical. Natal: [s.n.]. outubro 2015.