

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS | UNISINOS
ESPECIALIZAÇÃO EM CULTURA DIGITAL E REDES SOCIAIS**

NICOLLE LENUZZA LEAL

**MEMÓRIA AFETIVA E O ENGAJAMENTO DE FÃS DA SÉRIE
GILMORE GIRLS**

Porto Alegre

2017

NICOLLE LENUZZA LEAL

**MEMÓRIA AFETIVA E O ENGAJAMENTO DE FÃS DA SÉRIE
GILMORE GIRLS**

Artigo apresentado como requisito para a obtenção do título de Especialista em Cultura Digital e Redes Sociais pelo Curso de Especialização em Cultura Digital e Redes Sociais da Universidade do Vale do Rio dos Sinos | UNISINOS, sob a orientação da Prof^a. Dr^a. Sandra Mara Garcia Henriques.

Porto Alegre

2017

MEMÓRIA AFETIVA E O ENGAJAMENTO DE FÃS DA SÉRIE GILMORE GIRLS¹

Nicolle Lenuzza Leal²

Resumo: Este artigo visa observar a importância da memória afetiva no engajamento de fãs e sua utilização na atração do consumidor na produção de conteúdo audiovisual. Esta observação se dá através da análise do escopo da Netflix, na produção de *revival* da série Gilmore Girls. Para medir a aplicação destas ferramentas, utilizou-se de pesquisa realizada e distribuída em Comunidade específica do *Facebook*.

Palavras-chave: Memória afetiva. Engajamento. Nostalgia. Cultura de fãs. Gilmore Girls.

Abstract: This article tries to observe the importance of affective memory in the engagement of fans and their use in the attraction of the consumer in the production of audiovisual content. This observation takes place through analysis of the scope of Netflix, in the production of revival of the series Gilmore Girls. To measure the application of these tools, we used research conducted and distributed in specific community of Facebook.

Keywords: Affective memory. Engagement. Nostalgia. Fan culture. Gilmore Girls.

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo tem como objetivo descobrir a importância da memória e do sentimento como atrativos para os consumidores de entretenimento audiovisual. Inicialmente alguns conceitos serão abordados, como memória afetiva e engajamento, com o objetivo de fornecer uma compreensão de como estes conceitos são utilizados como mecanismos de atração de espectadores de obras audiovisuais, além dos motivos que levam grandes produtoras a usarem destes artifícios.

Subsequentemente, uma análise destes conceitos será realizada, buscando compreender suas principais características, seu desenvolvimento no ambiente do

¹ Artigo produzido como Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para a obtenção do título de Especialista em Cultura Digital e Redes Sociais na UNISINOS, sob a orientação da Prof^a. Dr^a. Sandra Mara Garcia Henriques.

² Estudante de Pós-Graduação do Curso de Cultura Digital e Redes Sociais. E-mail: nickylenuzza@gmail.com

“*streaming*”, e como permitem o processo de apropriação das emoções dos indivíduos selecionados.

Para entender estes conceitos dentro da cultura de fãs, foi realizado um estudo sobre a Série *Gilmore Girls*, exibida pela empresa de provimento de “*streaming*” Netflix. Esta série foi criada nos anos 2000 e teve uma última temporada acrescida no ano de 2016, na forma de *revival*³. Esta temporada contou com a produção da própria Netflix, quase dez anos após a exibição do último episódio da temporada final no veículo de exibição original.

Desta forma, para compreender como a memória afetiva se traduz no engajamento dos fãs da série foi realizada uma pesquisa com participantes do grupo “*Gilmore Girls Brasil – Revival 2016*”, na rede social Facebook⁴, com a perspectiva de observar por meio de questionário online as motivações que levaram os indivíduos a assistir o *revival* produzido pelo Netflix quase dez anos depois da temporada final. O objetivo deste artigo é compreender como a memória e o engajamento se constroem no grupo de fãs estudado e entender a influência da memória afetiva no comportamento de consumo e nas produções audiovisuais.

2. NETFLIX E GILMORE GIRLS: O *REVIVAL*

Para a realização deste artigo, buscou-se analisar a produção de uma última temporada, em formato *revival*, da série *Gilmore Girls* pela Netflix. No entanto, faz-se necessário compreender como a série foi criada e desenvolvida para que fosse veiculada em formato televisivo durante os sete anos de exibição no canal americano The CW.

A série criada no início dos anos 2000 pela escritora de roteiros e produtora Amy Sherman-Palladino foi estrelado pelas atrizes Lauren Graham e Alexis Bledel. O primeiro episódio estreou no dia 5 de outubro de 2000 no canal americano The CW, terminando na sétima temporada em 15 de maio de 2007. No Brasil, a série pôde ser vista pelo Warner Channel e Boomerang, canais de TV a cabo, sendo depois exibida pela TV aberta pelo canal SBT.

A série basicamente acompanha a vida de uma mãe e sua filha, que residem na fictícia cidade de Stars Hollow, que ficaria situada nos arredores de Hartford, em Connecticut, Estados Unidos. A série explora diversos assuntos como família, amizades

³ O *revival* é uma estratégia de programação na tentativa de reviver um programa extinto produzindo novos episódios para a distribuição.

⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/685327841630900/>

e classe social e conta com diálogos rápidos e personagens peculiares. A premissa da história é o relacionamento da mãe, Lorelai Gilmore com os próprios pais, Emily e Richard Gilmore, que são pessoas de alto padrão social e não compreendem a necessidade de Lorelai de criar a própria filha longe dos conflitos da alta sociedade. Assim, as relações ficam estremecidas quando Lorelai engravida aos dezesseis anos e sai de casa, levando sua filha Lorelai, também chamada de Rory, para longe dos avôs. Com o desenvolver da série, um ponto é destacado quando a personagem Rory manifesta o desejo de ingressar em uma Universidade da Ivy League tendo que estudar em colégios prestigiados que facilitem seu acesso à Universidade. A mãe, Lorelai, que até então se mantinha distante e independente financeiramente de seus pais é obrigada a pedir ajuda financeira para pagar as mensalidades do colégio da filha, e partir daí, faz um acordo com eles de jantar todas as sextas-feiras para uma tentativa de aproximação.

Os acontecimentos nos jantares e a relação da família permeiam toda a obra e são a principal temática neste seriado. Na sua última temporada, a série termina mostrando Lorelai e seus pais com uma relação um pouco menos desgastante, além de Rory se formando em Yale, algo tão desejado por ela. O final não foi como o imaginado pela sua criadora Amy Sherman-Palladino, que por problemas contratuais se afastou na última temporada, deixando fãs e elenco decepcionados por não contarem com seu episódio de despedida.

No ano de 2016, a Netflix, serviço de transmissão online e provedora de filmes, séries de TV e documentários via *streaming* pela internet⁵, decidiu produzir a oitava temporada de Gilmore Girls. Estes novos episódios foram escritos e dirigidos pela criadora da série, com a colaboração de seu marido, Daniel Palladino. Cada episódio tem 90 minutos de duração, e contou com o título: Gilmore Girls: Um Ano Para Recordar, tendo cada episódio o nome de cada uma das estações do ano, Verão, Primavera, Outono e Inverno. O *revival* conta o que ocorreu com os personagens durante a estação do ano referente ao seu título.

Segundo artigo da revista do site Infomoney⁶, o CFO da provedora de programação por streaming, David Wells, explica que a Netflix passa “por uma

⁵ Disponível em: <https://media.netflix.com/en/about-netflix>. Consultado em 20 de fevereiro de 2017.

⁶ Disponível em:

<http://www.infomoney.com.br/negocios/como-vender-mais/noticia/5564533/netflix-pretende-excluir-series-filmes-para-exibir-conteudo-proprio>. Consultado em 22 de fevereiro de 2017.

transição e evolução de vários anos para uma quantidade maior de produções próprias”. E por isso pretende fazer com que 50% do conteúdo seja de produções originais. De acordo com o site, a ideia é que os seriados e filmes originais continuem sendo constituídos por uma mistura entre conteúdo produzido pela própria Netflix, coproduções com outras empresas e aquisições diretas. Assim, surgiu a nova produção do seriado americano *Gilmore Girls*.

A aposta da Netflix na obra do casal Palladino pode estar fundamentada no uso da memória afetiva, nostalgia e engajamento para criar um material que se destaque entre os fãs da série, bem como alcance novos públicos.

3. MEMÓRIA AFETIVA: UMA PERSPECTIVA NOSTÁLGICA

A ideia de voltar ao passado é, por si só, antiga e recorrente. O fato de algumas tendências dos anos 1990 e 2000 terem retornado com adaptações ao contexto atual, pode ser explicado pela perspectiva de que as tendências têm um ciclo de 20 anos. Esse ciclo de 20 anos é o tempo necessário para despertar o sentimento nostálgico em quem já vivenciou algo e gerar interesse em quem nunca teve contato anterior com aquele produto, conceito ou tendência. É o tempo para as tendências deixarem de ser ultrapassadas e voltarem a ser “cool” ou descoladas.

Dentro desta perspectiva, este tópico tem como objetivo esboçar um panorama da forma como fãs modulam seus sentimentos de maneira a desenvolver um engajamento (JENKINS, 2015) duradouro em uma série como *Gilmore Girls*. O artigo toma como pressuposto a combinação de emoções geradas pela memória afetiva como sendo a mais relevante para concretizar e solidificar o engajamento dos fãs, no caso estudado, e procura observar o conjunto de práticas de mobilização dos fãs através de suas emoções.

Antes de erigir uma definição única sobre memória afetiva, parece importante destacar uma definição relevante para o termo memória, uma vez que pode ser compreendida como um conjunto de “lembranças de situações vividas, física ou afetivamente” além de ser “história viva e vivida”, como observado por D’Aléssio (1993, p. 98). Inclui-se aqui a visualização de entretenimentos que deixam marcas e lembranças em seus espectadores.

Sobre a memória, é também importante ressaltar que:

Cultura, memória e prática social estão intimamente relacionadas, portanto os aspectos materiais das construções físicas estão em harmonia com os sons da prática diária invisível, formando uma memória viva e social (CASALEGNO, 2006, p. 66).

Há, portanto, um sentimento nostálgico e de lembrança que pode ser revisitado em uma posterior visita à mesma fonte de memória. Isso porque, segundo Casalegno (2006 p. 30) “os homens se apropriam constantemente de sua memória, pondo em marcha uma dinâmica cíclica [...], porque ao se apropriarem da memória, eles a modelam com seus quadros de compreensão”. Neste contexto, a emoção advinda de certa nostalgia, é relacionada ao que Sartre (2012) se refere como afetividade, e vista como objeto de modo existencial da realidade-humana.

No caso da série estudada, a afetividade dos consumidores com relação aos seus programas favoritos remete a lembranças que são essenciais para a ressignificação do objeto, tornando-o especial.

Além da ressignificação do termo memória visto acima, também é relevante destacar a coletividade da memória, que, segundo Casalegno (2006, p. 21) “toma forma quando toda a coletividade pode acessá-la e nutri-la, porque são os indivíduos que participam de sua criação, e não as instituições oficiais”.

A construção da memória e do afeto neste caso advém do tempo utilizado vendo e vivenciando emoções no decorrer dos episódios de séries. Rever estes episódios atua sobre as lembranças de modo decisivo e traz emoções como a surpresa, onde “devemos supor que a surpresa é algo recompensador” (WALTON, 2007, p.319).

A presença de elementos que remetem à memória afetiva tem sido amplamente percebida em diversos setores da sociedade contemporânea. No audiovisual, é vista como uma tendência de mercado que atrai consumidores através de suas emoções passadas. O que se observa nessas colocações, é que “precisamos de emoções, revelações e grandes gestos em nossos relacionamentos, mas também precisamos de proximidade, confiança e (isso mesmo) intimidade” (ROBERTS, 2005, p.129). Ou seja, apelar para as emoções e para a lembrança dos telespectadores é uma forma de garantir uma obra de sucesso.

Casalegno (2006 p. 32) coloca que “com a mídia interativa, a representação é vivida por cada internauta. São eles que diretamente, criam uma memória, ao enviar as informações, ao acessar fontes de conhecimento e ao criarem suas próprias afiliações tribais”. E a memória amplifica aspectos de fatos que presenciamos, enquanto subtrai

outros. É sempre afetiva. Serve de amálgama para grupos sociais, enraíza narrativas individuais, inventa e reinventa tradições (KISCHINHEVSKY, 2009).

Nora (1993) determina que a memória sempre será carregada por grupos vivos, portanto, está em permanente evolução. A memória é um fenômeno sempre atual, um elo vivido no eterno presente; a história, uma representação do passado. “A memória emerge de um grupo que ela une [...] há tantas memórias quantos grupos existem; que ela é, por natureza, múltipla e desacelerada, coletiva, plural e individualizada. (NORA, 1993, p. 9).

O autor ainda coloca:

Porque é afetiva e mágica, a memória não se acomoda a detalhes que a confortam; ela se alimenta de lembranças vagas, telescópicas, globais ou flutuantes, particulares ou simbólicas, sensível a todas as transferências, cenas, censuras ou projeções. A história instala a lembrança intelectual e laicizante, demanda análise e discurso crítico. A memória instala a lembrança no sagrado, a história a liberta, e a torna sempre prosaica (NORA, 1993, p. 9).

De acordo com Freire (2013), as emoções são fenômenos sensíveis vinculados a processos avaliativos incorporam pensamentos a respeito de nosso próprio bem-estar e do daquelas pessoas e coletividades, próximas ou distantes, com as quais efetivamente nos importamos, ainda que de maneira inconsciente. O autor ainda observa que o sentimento positivo, aqui englobando uma gama que abarca o entusiasmo, a afetividade, o contentamento tem ligações próximas com a saúde física, o bem-estar psicológico e o desempenho produtivo. Ainda incentiva, também, o comprometimento íntimo com determinados valores e instituições, rituais e atitudes.

Para determinar a memória afetiva como ferramenta determinante para a construção de uma produção audiovisual capacitada, observa-se que:

A série de televisão repousa na repetição: retorno de personagens, de temas e de situações, redundância de diálogos e da banda sonora com a imagem, mas também de mecanismos narrativos baseados na reiteração como o gimmick ou o leitmotiv. Essa é a grande diferença em relação à ficção literária ou cinematográfica; é por isso também que ela substituiu o conto e o mito no imaginário popular (COLLONA, 2010, *apud* SILVA, 2014, p. 245).

Sempre que um seriado é bem-sucedido, uma quantidade significativa de comunidades virtuais que agregam fãs, de diferentes localidades, classes e provenientes de degraus culturais diferentes são criadas, buscando a troca de informações, experiências e outras práticas participativas, que são facilitadas pelo âmbito digital. A

facilidade de acesso aos episódios permite que os fãs possuam a capacidade de desenvolver um conhecimento amplo sobre as cenas e os personagens.

Esse conhecimento pode ser visto como um resgate cultural da obra, e no contexto do estudo de caso deste artigo, pode ser exemplificado com uma foto lançada na encanação do falecimento de um dos personagens no *revival*, Richard Gilmore. O ator Edward Herrmann faleceu em 2015 em decorrência de um câncer no cérebro. Em homenagem ao ator, e para explicar a ausência de seu personagem, a série realiza como desfecho um enterro que conta com itens relevantes para Richard durante a série. Uma fotografia desta cena foi divulgada antes do lançamento da série e os fãs da série rapidamente identificaram os objetos e os motivos de sua colocação na homenagem, como pode ser visto em artigo veiculado no site Bustle⁷, onde os itens são explicados um a um, inclusive com a determinação da temporada e episódios dedicados aos objetos.



Foto do enterro do personagem Richard.
Primeiro episódio | Oitava Temporada
Fonte: Moviepilot⁸

A ação dos fãs da série pode ser revelada pela ação do *spoiling* que se realiza. Eles assistem quadro a quadro as cenas liberadas procurando informações ocultas. Assim, segundo Jenkins (2008) há uma competição entre fãs e produtores, um processo antagônico em relação ao *spoiling*, neste caso representado pela fotografia acima, como uma forma de engajamento destes fãs através do resgate de sua memória afetiva com a série.

⁷ <https://www.bustle.com/articles/196567-the-items-on-richards-funeral-table-in-the-gilmore-girls-revival-show-his-dedication-to-his>. Consultado em 14 de Fevereiro de 2017.

⁸ <https://moviepilot.com/p/richard-gilmore-funeral-easter-eggs/4154309>. Consultado em 20 de Fevereiro de 2017.

4. CULTURA DE FÃS E ENGAJAMENTO

A fim de compreender melhor o processo de engajamento dos fãs, bem como o contexto cultural em que os sujeitos se relacionam diante deste processo cultural, buscou-se amparo na cultura de fãs e sua coletividade, chamada de *fandom*.

Por traz da memória afetiva envolvida em toda e qualquer obra, estão os fãs que dela fazem parte. E os fãs são de tal relevância, que determiná-los e conceituá-los parece ser vital para o entendimento de sua importância na renovação das produções audiovisuais. Segundo Amaral (2013), um fã se identifica com a obra produzida. É essa identificação que conecta os dois elementos, indivíduo e obra e essa conexão acontece quando atinge o íntimo do telespectador. Esquenazi (2011) avalia que as séries televisivas têm uma predileção pelo íntimo, que não deve ser confundido com o privado. E o íntimo identifica o fã. Além disso, para Amaral e Monteiro (2013), um fã é aquele que faz algo além de participar daquilo que aprecia: ele é engajado no processo de construção de uma cultura de trocas e compartilhamento. Um fã possui influência no grupo por participar através de críticas, criação de material, discussões.

Segundo Curi (2010) se trata palavra derivada do termo *fanaticus* em latim em inglês, e tem já na sua origem sua definição mais básica, que é a atração, o “fanatismo” por determinado assunto. Hoje em dia utilizado de uma forma positiva, determina aqueles que são apaixonados, obcecados, que tem adoração por determinado tema (AMARAL, 2013). É o que Jenkins (2008) denomina de *fandom*, ou seja, aquele que vê algo com paixão, e faz disso uma comunidade que se diferencia das demais por causa de seus desejos particulares e das disputas com os ditos “não fãs” de determinado objeto. Na sua forma atual, o *fandom* (MONTEIRO, 2010), ou contração de *fan kingdom*, está representado pelas comunidades online onde pessoas com os mesmos interesses trocam informações, produzem materiais e postam fotos.

Para compreender as ações destes fãs, é importante destacar a importância do engajamento, como determinante na construção de um processo (JENKINS, FORD E GREEN, 2015). Para tal, Amaral e Monteiro (2013) destacam que meros apreciadores, embora se mostrem interessados, não têm o mesmo nível de engajamento, e mais do que isso, não são identificados como figuras presentes e participativas.

No caso da série *Gilmore Girls*, aqui estudado, estes pontos são fundamentais, pois, o engajamento do fã da série se dá através da memória afetiva e dos sentimentos envolvidos. Mesmo aqueles que não acompanharam a série numa primeira ocasião, se identificam com trilhas sonoras e situações vivenciadas pelos personagens com

momentos de sua trajetória se apropriando destes momentos e criando uma vivência própria e característica do verdadeiro fã (MONTEIRO 2010).

Um outro termo que importante destacar, uma vez que está muito presente em qualquer produção televisiva na atualidade, são os antifãs, que tem uma gama de sentimentos negativos (AMARAL E MONTEIRO, 2013), são uma força de crítica veemente com relação à personagens, com sentimentos fortes contra situações descritas nas produções. De acordo com Freire (2013 p.17) “As demonstrações de raiva [...] constituem, a meu ver, respostas multifacetadas [...] às possibilidades de identificação oferecidas pelas indústrias do entretenimento”, em relação às suas tentativas de assimilar, lucrativamente, aspirações sociais de autenticidade e de revisão dos padrões.

O engajamento visto na série *Gilmore Girls* e seu aproveitamento no *revival* remete ao que Jenkins, Ford e Green (2015) observam quando ressaltam que os modelos de medição utilizados pela indústria são antigos e necessitam observar o potencial engajamento dos fãs de forma a não perder mais receita. Os autores ainda explicam que o foco no engajamento leva à reconfiguração do poder da audiência e, portanto, deve ser sempre pensado como ferramenta fundamental na produção audiovisual.

Assim, a importância da cultura de fãs e dos *fandons* para a produção da última temporada de *Gilmore Girls* pode ser explicada da seguinte maneira:

Pode-se afirmar que fãs de alguns cultuados programas de televisão são capazes de exercer maior influência sobre as decisões de programação numa era de economia afetiva. De tempos em tempos, as redes priorizam certos segmentos do público, e o resultado é uma mudança nas estratégias para refletir mais completamente esses gostos (JENKINS, 2008, p. 97).

Outro fator a ser considerado é a fragmentação da audiência e a multiplicação das plataformas de distribuição que, como explicam Jenkins, Ford e Green (2015) torna necessário compreender ser essencial o desenvolvimento de modelos de negócio em torno deste engajamento do público. Investir num material de sucesso é uma estratégia inteligente e segura, que implica num resultado satisfatório, com poucas chances de erro.

5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para observar a relação entre a memória afetiva e o engajamento dos fãs na série *Gilmore Girls* foi realizada uma pesquisa qualitativa de observação participante, na qual o pesquisador se insere no grupo pesquisado para observar o desenrolar dos fatos. A inserção no cotidiano de determinado grupo auxilia na percepção dos eventos que estão acontecendo como os indivíduos durante sua participação. Segundo Travancas (2006, p. 103) neste tipo de protocolo de pesquisa “não há uma regra, nem um código rígido de comportamento. Depende da sensibilidade do pesquisador”

Sendo assim, realizou-se uma pesquisa na comunidade do Facebook “*Gilmore Girls Brasil- Revival 2016*”⁹, com a proposta de coletar informações através de observação do grupo e elaboração de questionário como forma de identificar os participantes que têm um mínimo de engajamento com a série que serve de escopo para este trabalho. A decisão de observar a série *Gilmore Girls* se deve ao fato desta pesquisadora ser considerada fã, fazendo parte do grupo e identificando-se com os preceitos e ideais apresentados pela produção e contexto da série. Pesquisar um objeto através da observação participante proporciona um mergulho mais vasto, uma vez que os exemplos estão presentes na própria experiência vivenciada pela pesquisadora.

Assim, buscando um público-alvo de pessoas, observou-se a página do Facebook do grupo fechado “*Gilmore Girls Brasil- Revival 2016*” com o objetivo de realizar uma filtragem e direcionar os questionamentos. É necessário destacar que havia a ideia de divulgar esta mesma pesquisa traduzida para os demais grupos, de fãs da série, porém no dia da divulgação desta pesquisa no grupo, enquanto a pesquisadora fazia a tradução do post para o inglês no intuito de divulgar em outros grupos, cerca de 200 respostas foram computadas em menos de 2 horas, causando a desistência de ampliar a pesquisa, uma vez que o grupo original já garantiria quórum para a realização da pesquisa neste trabalho.

5.1 *Gilmore Girls Brasil - Revival 2016*: descrição dos resultados

Logo após a publicação do questionário no grupo pesquisado, em curto espaço de tempo, um total de 317 pessoas respondeu ao questionário, e o resultado percebido, com as respostas quantitativas que iniciam o instrumento de pesquisa como forma de

⁹ Este grupo do Facebook foi escolhido em primeiro lugar porque pareceu importante para a pesquisadora que as pessoas questionadas tivessem conhecimento da realização do *revival* pela Netflix e a escolha deste grupo pareceu uma maneira efetiva de filtrar respostas qualificadas.

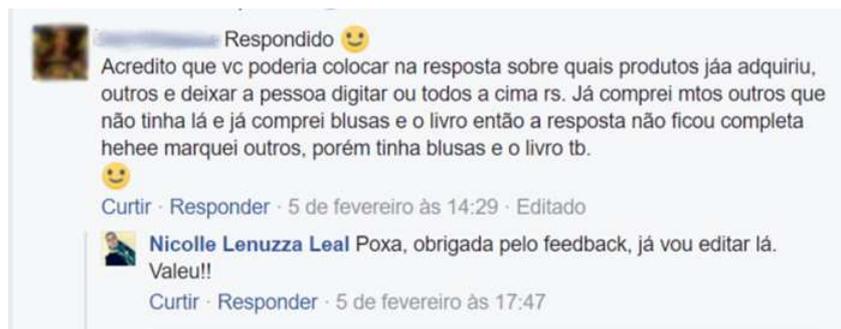
identificar o grupo de fãs, foi que mais de 95% dos que responderam eram do sexo feminino, com idades entre 20 e 29 anos, num total de 39%, já 23% dos entrevistados tinham entre 12 e 19 anos seguidos dos entrevistados com idade entre 30 e 39 anos. Percebe-se, assim, que é significativo o número de mulheres, em um apanhado geral, entre 18 e 35 anos que assistem a série e se engajam a ponto de participarem de um grupo no Facebook. É possível considerar este como o principal perfil das fãs desta produção.

Quando questionados em relação a assistir à série desde seu início, nos anos 2000, 67% dos questionados coloca que assistiu ao seriado desde seu lançamento, enquanto 33,5% afirma que não conhecia a série antes de assisti-la pela Netflix.

Do grupo de 317 pesquisados, quase 40% conheceu a série através da Netflix, seguida de um grupo de cerca de 26% que já conhecia *Gilmore Girls* pela televisão aberta, e 21,5% pela Televisão por assinatura, o que demonstra um perfil importante de observação dos fãs desta série de um período a outro. Cerca de 95% das pessoas que responderam ao questionário observa que assistiu a série em sua totalidade, o que nos leva a perceber estas pessoas como fãs, pois possuem certo apreço pela série.

Este apreço aparece nos resultados do próximo questionamento, uma vez que, quando perguntados se haviam visto às primeiras sete temporadas da série pela Netflix, como preparação para assistir a oitava temporada, verificou-se que um pouco mais de 49% dos entrevistados assistido a todas as temporadas pela primeira vez, seguidos do impressionante número de quase 40% de pessoas que reviu todos os episódios, antes de ver a oitava temporada. Somente 14% respondeu que já havia visto as temporadas de outra maneira, vendo somente a oitava pela Netflix. Do total de respostas, apenas 3 pessoas viram apenas a oitava temporada de *Gilmore Girls*.

Interessante ressaltar que os entrevistados são bastante participativos, como observado pela pesquisadora na ocasião da publicação do *post* da pesquisa. Nos comentários seguidos ao *post*, muitas interações aconteceram, diversas pessoas se interessaram pelo objeto da pesquisa e deram contribuições importantes, propondo contribuições à pesquisa.



Ainda que participativos, cerca de 75% nunca adquiriu produtos relacionados ao seriado. Foram poucos os que obtiveram o livro “De Gilmore Girls a Gilmore Girls” de Lauren Grahan, camisetas, bloco, dvds, *funkos*.

As respostas quantitativas mencionadas acima fazem parte do mapeamento do perfil do grupo pesquisado, e levam a questões qualitativas, foco principal deste artigo, pois possibilitam compreender melhor as emoções observadas dentre aqueles que se consideram fãs. Para melhor entendimento dos resultados obtidos nesta parte da pesquisa, consideramos um tripé de observação das respostas. Este consiste em três tópicos principais embasados no referencial teórico, onde foi possível contemplar as respostas das questões investigadas.

O primeiro tópico foi o **engajamento**. Este conceito é fundamental para definir as pessoas que responderam as questões de forma mais elaborada e denotavam um interesse maior na pesquisa e, conseqüentemente, no seriado. Dessa forma foi possível, através da observação da pesquisadora, perceber uma diferença no nível de engajamento entre os participantes da pesquisa.

A segunda parte deste tripé tratou das **relações sociais**. Uma vez que a série é principalmente embasada nas relações entre os personagens, este conceito é fundamental para compreender como se dá o processo entre o fã e a série, como também ficou visível nos relatos da pesquisa a identificação das pessoas com estas relações sociais, como forma de pertencimento em relação à série.

O último tópico que fundamenta o tripé de observação é o conceito **nostalgia**, por ser a base para o estudo na pesquisa. Está relacionado ao engajamento evidenciado na memória afetiva das pessoas que responderam às questões.

Além deste tripé, considerou-se também um último elemento: **participação**. Para fins de conceituação deste artigo, a pesquisadora considerou fã como aquele que faz algo além de participar de algo: ele é engajado no processo de construção de uma cultura de trocas (AMARAL E MONTEIRO, 2013). Assim, tornou-se importante a

necessidade de acrescentar uma definição para as respostas dadas por pessoas que não foram além da participação e não deram respostas detalhadas.

A primeira pergunta com este escopo foi uma questão básica, onde se examinou os assuntos considerados mais interessantes e os menos interessantes na série: O que você mais gosta e o que menos gosta na série?

Além do engajamento, que definiu 55% das respostas dadas, observou-se que, conforme o título e a premissa da história, o que 43% das pessoas gostam em *Gilmore Girls* são as relações sociais, a relação entre os personagens Lorelai e Rory, mãe e filha respectivamente, seguidas das demais relações vistas na série, como aquelas entre família, amigos e vizinhos. Um exemplo deste resultado pode ser visualizado na seguinte resposta:

Pessoa A¹⁰: “O que eu mais gosto é a realidade retratada nas relações. Desde o início da série quem assiste sabe os defeitos de cada personagem, não existe ninguém perfeito, mas mesmo assim mostra relações profundas entre família, amigos e vizinhos! Nunca pensei em algo que eu não gostasse... E não consigo pensar! A série retrata a realidade, é engraçada, envolvente...”

Um sentimento bastante condizente com a proposta deste artigo foi descrito em cerca de 2% das respostas ligadas ao tópico nostalgia, conforme pode se observar na resposta:

Pessoa B: “Acho a série nostálgica e aconchegante, a trilha sonora me lembra de uma época da vida muito boa”.

O segundo questionamento está relacionado ao tempo: Como foi rever episódios da série depois de quase dez anos de seu final?

As respostas obtidas neste tópico foram na sua esmagadora maioria de pessoas altamente engajadas com a série, cerca de 67%, seguidas daquelas que citam um sentimento de nostalgia relacionados a *Gilmore Girls*, num total de 29% de pessoas. As relações sociais foram observadas em cerca de 4% das respostas obtidas. O engajamento é perceptível na seguinte resposta:

¹⁰ A pesquisadora optou por identificar as respostas dos participantes desta forma para observar as respostas destacadas nesta pesquisa.

Pessoa C: “Me ajudou com um término, me inspirou em meu trabalho profissional (editora audiovisual) e me interessou em iniciar filmagens. Continuam atuais e inspiradores”.

Já o sentimento nostálgico observa-se nos seguintes relatos:

Pessoa D: “Maravilhoso, na primeira vez que assisti tinha 15 anos, e eu me encontrava na Rory, mas quando fiz a maratona de novo, percebi que hoje, mas velha, me identificava mais com a Lorelai, chorei muitas vezes e em varios momentos, foi lindo”.

Pessoa E: “Maravilhoso, o início com as frases ditas dos episódios antigos e recomeçando com a voz de Lorelai dizendo "Sinto Cheiro de Neve", foi único. Tenho ótimas recordações do tempo que assistia os episódios”.

O conceito relações sociais do tripé de estudo fica evidenciado na seguinte citação:

Pessoa F: “Dá saudades de viver naquele tempo, de ver como as coisas estão mudando e parece que pra pior. As amizades, a conexão com Stars Holloway tudo isso eram coisas que aconteciam de fato antigamente. Hoje em dia as pessoas estão muito superficiais. Então rever estas séries é como se transportar para o mundo antigo”.

Ainda que trate também de relações sociais, é evidente que esta resposta também conta uma identificação com a memória afetiva do espectador.

No terceiro questionamento, abordou-se a expectativa quanto à oitava temporada: A oitava temporada correspondeu à expectativa de continuação? Neste questionamento não se seguiu a vertente do tripé antes utilizada porque o retorno obtido pelas pessoas foi basicamente positivo ou negativo. Então pareceu lógico que o percentual deveria ser calculado desta maneira. Dentre as respostas, 51% sentiu que a obra entregue pela Netflix correspondeu sim às expectativas e a resposta mostra esta satisfação:

Pessoa G: “Sim, a Rory tendo essa crise dos 30, mostrou algo que todas temos, e a Lorelai se casar da forma que casou, foi incrível, amei muito e correspondeu sim minhas expectativas”.

Na quarta pergunta aberta realizada foi perguntado aos participantes o que mais provocou lembranças: O que mais chamou a atenção e provocou lembranças quando a série foi assistida novamente?

Essa questão é logicamente voltada aos cerca de 40% dos questionados que reviu os episódios antes de ver a oitava temporada. A memória afetiva dos fãs evidentemente foi um fator importante e muito destacado neste tópico, uma vez que 50% das respostas se encaixou no perfil nostálgico, como se pode ver a seguir:

Pessoa H: “Eu e a Rory passamos por alguns momentos importantes da vida ao mesmo tempo. Alguns namorados, faculdade, formatura. Revendo, além de me encontrar de novo com personagens tão queridas, pude lembrar o que acontecia na minha vida enquanto assistia à série pela primeira vez”.

O engajamento dos fãs foi bastante evidente neste tópico, uma vez que 28% das respostas se encaixou no perfil de fã realmente engajado, que aprecia a série e que gosta de tudo o que ela representa. A resposta bastante completa, detalhada desta expectadora define bem esse perfil.

Pessoa I: “Um ponto muito bem explorado foi a relação da Lorelai com o pai e também a relação entre Emily e Richard. Muitas pessoas que gostavam da Emily entenderam seu ponto de vista e aprenderam a amar ela. A Rory do Revival teve uma perca enorme de caráter por ficar com Logan sabendo que ele estava praticamente casado e aceitar o fato de ser "mais uma de várias". Porém o revival mostrou muito bem a figura de uma mulher não mais uma de menina ao que acontece na série mesmo depois da faculdade. O casamento da Lorelai foi o ponto alto, lindo, impecável, tudo que um verdadeiro fã da série esperava. O revival também matou saudades de personagens únicos como Kurt, Michel Babet, Miss Patty e Taylor”.

Quanto às relações sociais, estas foram observadas em 22% das respostas tabuladas, e um exemplo é este que se observa a seguir:

Pessoa J: “A relação de mãe, filha e avó. Isso é o sempre me encantou. Isso me fez querer ser mais próxima da minha mãe. Além das relações de amigas da cidade. Onde todos estão sempre presentes para todos”.

Este mapeamento realizado sobre o perfil e as emoções dos participantes do grupo Gilmore Girls Brasil- Revival 2016 possibilitou a observação de como se identificam os participantes na cultura de fãs. Através do tripé de estudo: engajamento, nostalgia e relações sociais, foi possível perceber principalmente por meio da identificação do engajamento os participantes que podem ser considerados como fãs que se envolvem de forma realmente participativa das narrativas que envolvem a série. O

conceito de engajamento embasa os demais eixos do tripé, como nostalgia e relações sociais. A nostalgia permitiu identificar como os fãs se relacionavam com a série através de sua memória afetiva, o que foi possível perceber como destaque nas questões qualitativas propostas. Além disso, a pesquisa mostrou que há um apelo midiático em relação a realização do *revival* como forma de identificar se esta memória relacionada a afetividade seja da série, ou da época em que a série foi veiculada, é utilizada como estopim para a realização de novos produtos. O terceiro eixo do tripé, as relações sociais, foi utilizado para compreender se realmente os participantes considerados como fãs possuem uma identificação com a proposta central do seriado, o que demonstrou a relação com a particularidade da cultura de fãs observada neste trabalho.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O principal propósito deste artigo foi confirmar a hipótese de que o engajamento observado em fãs através da memória afetiva e do sentimento são realmente eficazes como atrativo em produções de entretenimento audiovisual. Para tanto, realizou-se uma pesquisa focada na série da Netflix, *Gilmore Girls*, que parece ter utilizado destas ferramentas em sua obra.

As respostas destacadas neste artigo evidenciam a importância da memória afetiva e da nostalgia para o sucesso desta produção. Perceber estes fatores como principal forma de engajamento dos fãs é fundamental no caso do seriado pesquisado.

Através da pesquisa e da observação de mais de duas mil respostas no total, percebeu-se a importância de definir uma vertente do tripé, a partir de pontos chave deste artigo. Definir o engajamento, a nostalgia e as relações sociais como elementos norteadores foi necessário, uma vez que não seria possível avaliar as respostas sem estas definições.

É importante destacar que, conforme foi visto nos resultados, nostalgia é uma forma de engajamento e não poderia se sobrepor ao que é considerada uma definição mais ampla. O engajamento se sobressai porque é característico de fãs. E a memória afetiva, ligada a esse engajamento, permanece em segundo como nostalgia, mostrando sua relevância ao despertar emoções vivenciadas pelos espectadores da série.

Como pesquisadora e também através da observação participante como fã da série, acredita-se ter aclarado a relevância das emoções geradas em espectadores quando assistem uma produção audiovisual como *Gilmore Girls*, identificando-se com elementos que são semelhantes às suas próprias vivências.

Interessante observar que tal engajamento pode inclusive trazer outras pessoas para apreciar a produção do Netflix. Ficou claro em uma das respostas dadas que a pessoa questionada passou a assistir a série depois do engajamento de sua própria mãe.

Pessoa K: “Eu comecei a ver *Gilmore girls* alguns meses antes do revival sair, comecei a ver porque soube do revival, e minha mãe assistia junto com a TV por assinatura assim que a série estreou (ela vai responder esse questionário inclusive haha). Eu lembro que quando acabou ela ficou muito decepcionada e bem triste, quando vi a primeira imagem promocional do revival pelo Facebook marquei ela e disse que eles pretendiam terminar bem a série. Ela ficou muito feliz e disse que eu tinha que ver tudo! Vimos as sete temporadas pela Netflix em poucos meses e em seguida assistimos ao revival”.

A série fez sucesso, isso é fato, e destacar parte importante deste sucesso às memórias e lembranças de fãs já consolidados foi a proposta deste artigo, demonstrando as premissas iniciais deste trabalho realizado pela pesquisadora, que inclusive faz delas as palavras de uma das questionadas na pesquisa realizada:

Pessoa L: “SIMMMM, estou louca para a proxima temporada (ouvi um amém?)”.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Adriana. Cultura pop digital brasileira: em busca de rastros político-identitários em rede. In: **Revista Eco Pós**. Rio de Janeiro. Vol. 19, n. 3, 2016.

AMARAL, Adriana; MONTEIRO, Camila. Esses roquero não curte: performance de gosto e fãs de música no Unidos Contra o Rock do Facebook. In: **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, v. 20, n. 2, pp. 446-471, maio/ago. 2013.

CASALEGNO, Federico. **Memória cotidiana**. Comunidades e comunicação na era das redes. Porto Alegre: Sulina. 2016.

CURI, Pedro P. **Entre fan arts, fan fictions e fan films: o consumo dos fãs gerando uma nova cultura**. Anais do VI ENECULT, Facom:UFBA 2010.

D’ALÉSSIO, Márcia Mansor. Memória: Leituras de M. Halbwachs e P. Nora. In: **Revista Brasileira de História**. São Paulo: Marco Zero/ANPUH, vol. 13, n. 25/26, p. 97-103, set.1992/ago. 1993.

ESQUENAZI, Jean-Pierre. **As séries televisivas**. Lisboa: Editora Texto & Grafia, 2011.

FILHO, João Freire. **A Comunicação Passional dos fãs: Expressões de Amor e de ódio nas Redes Sociais**. Anais do XXXVI Intercom, Manaus AM, 2013

- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- JENKINS, H; FORD, F; GREEN, J. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.
- KLÖCKNER, Luciano; PRATA, Nair (Orgs.). **História da mídia sonora: experiências, memórias e afetos de norte a sul do Brasil**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2009.
- MONTEIRO, Camila. Fandom: cultura participativa em busca de um ídolo. In: **Revista Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar de Graduação**. São Paulo. Ano 4 - Ed. 1, Set/Nov 2010.
- NORA, Pierre. Entre Memória e História: a problemática dos lugares. In: **Revista Projeto História**. São Paulo: PUC, n. 10, p. 07- 28, 1993.
- ROBERTS, Kevin. **O futuro além das marcas**. Lovemarks. São Paulo: M.Books do Brasil. 2005.
- SARTRE, Jean-Paul. **Esboço para uma teoria das emoções**. Porto Alegre: L&PM. 2012.
- SILVA, M. V. B. Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. In: **Revista Galáxia** (São Paulo, Online), n. 27, p. 241-252, jun. 2014. Disponível em: <http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/issue/current/showToc>. Acesso em fevereiro de 2017.
- TRAVANCAS, Isabel. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In: **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.
- WALTON Stuart. **Uma história das emoções**. Rio de Janeiro: Record. 2007.