

**Da frustração ao entusiasmo:  
uma análise da relação entre fãs e *spoilers* no Twitter**

***From frustration to enthusiasm:  
an analysis of the relationship between fans and spoilers on Twitter***

Melina MEIMARIDIS<sup>1</sup>  
Marcelo Alves dos SANTOS JUNIOR<sup>2</sup>  
Thaiane Moreira OLIVEIRA<sup>3</sup>

**Resumo**

Este trabalho tem como proposta realizar um estudo empírico, que combina técnicas de mineração e refinação de bancos de dados do Twitter com a análise semântica dos tweets, a partir da repercussão gerada em torno da morte de um dos protagonistas da série *Grey's Anatomy*, lançando evidências da complexa relação dos fãs com *spoilers*. Buscando aprofundar as discussões em torno dessa relação, tradicionalmente considerada como prejudicial à experiência de consumo de séries ficcionais televisivas, a presente análise busca demonstrar as reações distintas por parte do *fandom* ao consumirem este tipo de paratexto. Os dados analisados corroboram com a noção clássica do consumo de *spoilers*, encontrando grande reação negativa dos fãs. Entretanto, identifica-se, também, um engajamento positivo por parte de um grupo dentro do *fandom*, apontando para a existência de dinâmicas de solidariedade e de conflito entre os fãs, que ampliam a compreensão sobre o fenômeno em questão.

**Palavras-chave:** Spoilers. Consumo. Fãs. Séries. Twitter.

**Abstract**

This paper proposes an empirical study, which combines data mining techniques of Twitter's databases with semantic analysis of tweets from the generated repercussions surrounding the death of one of the protagonists of the television show, *Grey's Anatomy*, shedding light on the complex relationship of fans with *spoilers*. Seeking to deepen the discussions around this relationship, which has been traditionally considered

---

<sup>1</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (UFF). E-mail: melmaridis@hotmail.com

<sup>2</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (UFF). E-mail: marceloalves.ufsj@hotmail.com

<sup>3</sup> Doutora em Comunicação Social pela Universidade Federal Fluminense. Professora do Departamento de Estudos de Mídia da UFF. E-mail: thaiane.moliveira@gmail.com

detrimental to the consumption experience of television fictional series, this analysis seeks to demonstrate different reactions from the fandom as they consume this type of paratext. The analyzed data corroborates the classical understanding of the consumption of spoilers, finding great negative reaction from fans. However, it also identifies a positive engagement by a group within the fandom, pointing to the existence of dynamics of solidarity and conflict among fans, which enhances the understanding of the phenomenon in question.

**Keywords:** Spoilers. Consumption. Fans. Series. Twitter.

## Introdução

A intensa circulação de spoilers, ou seja, informações sobre o que irá acontecer em um produção midiática antes de ser mostrado ao público, tem gerado calorosos debates entre fãs nos últimos anos, sobretudo, nas mídias sociais. Entretanto, este tem sido um objeto de estudo negligenciado pela academia (HASSOUN, 2013, p. 3). Alguns dos trabalhos que buscam se aprofundar sobre o fenômeno, caracterizam o spoiler como algo que “estraga” a experiência de consumo de um texto (HASSOUN, 2013; JOHNSON & ROSENBAUM, 2014; GRAY & MITTELL, 2007). Diversos autores já abordaram o tema utilizando métodos e produtos culturais distintos, desde contos (LEAVITT & CHRISTENFELD, 2011), novelas (BAYM, 2000; FORD, KOSNIK, HARRINGTON, 2011), séries televisivas (GÜRSIMSEK & DROTNER, 2014) e até quadrinhos (HASSOUN, 2013). Em sua maior parte, a bibliografia reflete a visão negativa em torno da recepção dos spoilers. Entretanto, estudos recentes têm levantado questionamentos, sugerindo relações de consumo com nuances mais complexas do que positivas e negativas. Este trabalho pretende dialogar com essa nova abordagem, buscando demonstrar empiricamente a complexidade na recepção e no consumo desse tipo de paratexto<sup>4</sup>.

Para Gerard Genette (1997), paratextos são textos que nos preparam para outros textos. Tal compreensão é colocada em releitura por Jonathan Gray (2010) ao defender que os paratextos preenchem lacunas de textualidade que não podem ser satisfeitas apenas dentro da obra original. Desta forma, podemos compreendemos o spoiler como um paratexto por influenciar a forma como o espectador recebe o texto,

---

<sup>4</sup> Todos os produtos externos ao texto que agregam algum tipo de sentido na experiência da obra, como promos (trailers televisivos), extras de DVD's, spoilers, críticas de fãs, entre outros (GRAY, 2010).

tornando-se, assim, tão importante quanto o próprio texto. Tal fenômeno diz respeito a uma transformação dos regimes espetatoriais como parte de um “cenário cultural singular com suas próprias e específicas dinâmicas de produção, circulação e consumo” de uma cultura das séries (SILVA, 2014, p. 251). A hipótese deste trabalho é que as reações da audiência, ao receber spoiler, possuem modulações mais complexas do que a frustração. Nesse sentido, defendemos que o spoiler é o adiantamento de uma peça do roteiro fora da ordem original, mas que pode gerar, além de frustração, o engajamento do público e dinâmicas de cooperação e de conflito entre os fãs. Entendendo a existência de uma complexidade em torno da questão, esse trabalho se propõe a identificar a existência de fãs de spoilers no contexto brasileiro e destrinchar a reação negativa de modo a contribuir com futuros estudos sobre o tema. Para isso, aplicamos o método de análise de conteúdo de uma amostra aleatória de *tweets* (n=217, margem de erro de 5%) acerca do vigésimo primeiro episódio “*How to Save a Life*” da décima primeira temporada de *Grey’s Anatomy*. No caso analisado, a amostra traz dinâmicas de sociabilidade com ações comunicativas de solidariedade e de conflito entre fãs, *haters*, e pessoas que nem acompanham a série. Isso aconteceu, em grande parte, porque o spoiler da morte do personagem vazou prematuramente horas antes da exibição do episódio nos Estados Unidos.

Este artigo inicialmente apresentará um levantamento bibliográfico sobre spoilers, apontando os principais pontos de vista em torno do consumo desse paratexto, para, então, descrever o caso analisado. Em seguida, explicaremos o desenho metodológico aplicado, a partir de mineração de dados de mídias sociais, seguido da análise semântica. A discussão retoma as questões levantadas pela bibliografia e sugere a existência de um grupo que consome spoilers de forma positiva. Além disso, ainda destrincha a reação negativa em modulações mais complexas, que vão da frustração à revolta. Sugerimos que o consumo de spoilers não é unânime em estragar a experiência de consumir produtos culturais, mas, por vezes, a complementa, fazendo parte de uma extensão textual relativa à *Grey’s Anatomy* em outras mídias.

## Fandom, spoilers e a experiência de consumo televisivo

Desde antes da internet, os fãs buscavam formas de estender os universos narrativos das séries (BROOKER, 2001). Atualmente, com os avanços tecnológicos, a popularização da internet e das mídias sociais, os fãs possuem diversos espaços de participação online. Alguns gerados pelos próprios fãs-usuários e outros elaborados estrategicamente pelos produtores das séries (ANDREJEVIC, 2008). Desse modo, a experiência de consumo do texto e a experiência atrelada a ela não estão mais restritos ao meio televisivo. Para Brooker, as estratégias mercadológicas das emissoras, ao buscarem prolongar a experiência dos programas, permitem que as narrativas façam parte do cotidiano do fã (BROOKER, 2001). Assim, os episódios já não conseguem conter todo o conteúdo textual, que toma outras mídias, processo que ele denomina “*Overflow*” (BROOKER, 2001, p. 458).

Como mencionado anteriormente, a bibliografia acerca da questão dos spoilers em sua maior parte aborda a questão pelo viés negativo. Entretanto, pesquisadores têm buscado complexificar essa visão pessimista e culturalmente aceita. Para muitos autores, a experiência sempre seria prejudicada (GRAY & MITTELL, 2007). Contudo, experimento realizado por Hassoun (2013) indica que os spoilers possuem funções variadas, desde saciar a curiosidade dos fãs, até intensificar a ansiedade pelo próximo episódio, aumentando “o prazer do consumo da obra, uma vez que facilita a reflexão, antecipação ou surpresa” (HASSOUN, 2013, p. 350).

Da mesma forma, um estudo realizado com os fãs de *Lost*<sup>5</sup>, pelos pesquisadores Jason Mittell e Jonathan Gray, revelou que o consumo de spoilers não gera uma única reação. Alguns fãs evitam spoilers. Outros, porém, os buscam pela internet, entendendo essa prática como interessante e agradável. Os autores ainda afirmam que alguns fãs da série buscavam intencionalmente ler spoilers antes de verem os episódios para os assistirem com mais atenção (GRAY & MITTELL, 2007, p.17), afetando positivamente a experiência do consumo televisivo. Logicamente, a dinâmica narrativa de *Lost* propiciava este tipo de experiência do consumo televisivo, devido ao

---

<sup>5</sup> Série aclamada produzida por J.J. Abrams, que narra os acontecimentos da vida de um grupo de sobreviventes após a queda de um avião numa misteriosa ilha. O primeiro episódio foi ao ar em 22 de setembro de 2004.

seu enredo complexo, que trazia diversas informações ocultas dentro e fora dos episódios. Contudo, a premissa da existência de outras reações diante do consumo de spoiler abre uma possibilidade de compreensão sobre o objeto para além da visão dicotômica comumente reproduzida. É a partir desta possibilidade de complexificação sobre o fenômeno que se pauta este trabalho, tendo como foco as reações diante do spoiler sobre o episódio “*How to Save a Life*” da décima primeira temporada de *Grey’s Anatomy*.

### ***The Doctor is Out***

*Grey’s Anatomy* é uma série médica, criada pela showrunner Shonda Rhimes e lançada em 2005, que acompanha a trajetória da doutora Meredith Grey ao longo de sua residência em cirurgia no Seattle Grace Memorial Hospital. O show estreou em 2005 no canal ABC nos Estados Unidos e, no auge de sua popularidade, ela atingia semanalmente um público de aproximadamente 20 milhões de pessoas (QUICK, 2009). Ao longo de onze temporadas e 220 episódios os fãs puderam acompanhar o romance de Meredith e Derek. Porém, no episódio “*How to Save a Life*” ele sofre um acidente fatal, restando apenas para Meredith ir ao hospital e desligar os aparelhos.

Deve-se notar que, antes do episódio ir ao ar, diversos fãs já especulavam que Derek iria morrer, ou sofrer algum acidente, devido a imensa campanha promocional que a emissora estava fazendo em cima do episódio. Porém, essas informações não passavam de meros boatos, visto que o contrato do ator, Patrick Dempsey, assegurava seu papel até o fim de uma possível décima segunda temporada. Na tarde do dia 23 de abril, uma fã norte-americana postou em sua conta do *Instagram* uma foto de uma matéria da revista *Entertainment Weekly*, a qual ela tinha recebido com um dia de antecedência. A manchete dizia “*The Doctor is Out*”, o texto contava com detalhes que o personagem de Dempsey morria no episódio que seria exibido naquela noite. A revista, que só chegaria nas bancas na sexta pela manhã, acabou revelando um dos maiores spoilers da série. A foto circulou por toda a internet e, em poucas horas, fãs de todos os lugares do mundo estavam debatendo a informação, em diversas redes sociais, antes mesmo do episódio ir ao ar nos Estados Unidos. As mídias sociais, então, foram espaço de disseminação do spoiler de três modos: (1) veiculação antecipada da foto da

revista; (2) discussão dos fãs sobre a morte de Derek, que levou a hashtag RIPDerek aos *top trendings* no Twitter; e (3) publicações da imprensa acerca das reações exageradas dos fãs da série.

### **O consumo de *spoiler* pela análise semântica**

As mídias sociais são consideradas um laboratório relativamente aberto com bancos de dados produzidos pelos usuários em escala mundial e em tempo real sobre os mais variados temas (GIGLIETTO, ROSSI, BENNATO, 2012). De fato, uma das características do conteúdo gerado por usuários no ambiente digital é dataficação, isto é, a possibilidade de rastrear, coletar, organizar e analisar um grande volume de informações (VAN DIJCK, POELL, 2013). Estes dados são um robusto “indicador de sentimentos, comportamento ou difusão em relação a um tópico particular em um tempo definido [...] agora acessível à análises sistemáticas e em tempo real” (SHAH, CAPELLA, NEUMAN, 2015, p. 10).

Propomos, então, uma análise de publicações no Twitter sobre o episódio com os seguintes questionamentos:

- 1- O consumo e a propagação de spoilers no Twitter geram quais reações?
- 2- A prática de consumir spoilers é capaz de engajar positivamente os fãs?

Tendo isto em mente, a fim de buscar evidências empíricas para responder nossos questionamentos e avançar na compreensão das dinâmicas de relacionamento das comunidades de fãs com spoilers nas plataformas de redes sociais, realizamos um desenho metodológico que combina técnicas de mineração e refinação de bancos de dados do Twitter com a análise semântica dos tweets (LYCARIÃO, DOS SANTOS, 2015; LEWIS, ZAMITH, HERMIDA, 2013; RECUERO, 2014; RUSSELL et al, 2011; QIN, 2015).

Assim, o primeiro passo foi realizar a mineração de dados e refinar os bancos de dados. Para isso, utilizamos o aplicativo do Microsoft Excel, NodeXl - uma extensão *open source* que permite a extração, organização e análise de informações de mídias sociais (SMITH *et al.*, 2009) - para fazer diversas coletas no dia 24 de abril de 2015 (BENEVENUTO et al. 2012). Os parâmetros de nossas buscas foram estabelecidos de

acordo com a produção de tweets pelos fãs de *Grey's Anatomy* tanto durante o episódio (*live-tweeting*) como na semana que o antecedeu, refletindo também as especulações prévias sobre os desdobramentos da série. A mineração foi orientada pelas palavras: *grey's anatomy*, *greysanatomy*, #TGIT; #greysanatomy; #tearsofgrey; #whereisderek e #RIPderek, todas elas utilizando o português brasileiro. Foram coletados 29.440 tweets, retweets e respostas, produzidos entre os dias 17 e 24 de abril.

Com isso, reunimos os dados extraídos em uma planilha de Excel e refinamos os resultados buscando pelos textos dos tweets que continham a palavra *spoiler* ou a #RIPderek. Obtivemos um banco de dados de 918 entradas, representando majoritariamente a repercussão das reações de fãs e não-fãs acerca dos acontecimentos do episódio “How to Save a Life” no Twitter. Em seguida, preparamos os dados para a análise a partir de uma amostra aleatória de  $n=271$  com margem de erro de 5%.

As categorias foram desenvolvidas em um livro de códigos e foram divididas em: revoltados, avoiders, frustrados, trolls, fãs (*Spoiler fans*), informativos e outros. As categorias “avoiders” e “fãs” foram baseadas no estudo realizado em 2007 pelos pesquisadores Jonathan Gray e Jason Mittell, *Speculation on spoilers: Lost fandom, narrative consumption, and rethinking textuality*. Nele, os autores (através de uma pesquisa qualitativa com os fãs da série *Lost*) definem os mesmos como “*Spoiler Fans*”, que seriam as pessoas que consomem intencionalmente o paratexto e “*Spoiler Avoiders*”, pessoas que evitariam entrar em contato com spoilers. Além disso, aperfeiçoamos a descrição das categorias com base em observações sistemáticas do banco de dados, realizando três rodadas de testes e adaptações das indicações que resultaram índices de confiabilidade mais altos.

A parte final foi a análise de conteúdo dos textos (DOERFEL, 1998, p.17). Dois codificadores categorizaram os tweets da amostra com base no livro de códigos elaborado, definindo as dinâmicas de repercussão, relacionamento e de produção textual dos fãs e não-fãs sobre os spoilers no Twitter. Antes da codificação, realizamos um teste de confiabilidade cega em uma subamostra de 40 tweets, resultando índices Krippendorff alpha de  $K\alpha_1=0,806$  e  $K\alpha_2=0,878$  (HAYES, KRIPPENDORFF, 2007), sendo que a variável 1 obteve 85% de concordância e a variável 2,95%.

A partir de então, pudemos traçar as seguintes categorias:

**Variável 01:**

**V101- Revoltados:** São fãs ou anti-fãs que expressam profundo desgosto com os spoilers. É a categoria negativa mais densa, envolvendo grande descontentamento com a recepção dos spoilers, indo além da frustração, com alguns até chegando a afirmar que estão desistindo da série. A intensidade, aqui, é caracterizada pela utilização de linguagem carregada de tons inflamados, como xingamentos, hostilidade, agressividade e a prática discursiva de *flaming*. Os tweets são marcados principalmente por discurso de ódio. A categoria não compete aos tweets com linguagem figurativa.

**Exemplo:**

**V102- Avoiders 2.0:** São fãs ou não fãs que evitam os spoilers, afirmando que irão se ausentar das redes ou bloquear outros usuários que estão soltando spoilers. Além disso, ainda alertam os outros usuários da presença de spoilers na rede. Em geral, fazem comentários sobre a repercussão dos fãs com a quantidade de spoilers na mídia, mas não de forma maldosa, apenas para avisar a comunidade fã sobre a alta possibilidade de recebê-los.

**Exemplo:**

**V103- Frustrados:** São fãs que apresentam textualmente frustração e desapontamento especificamente com relação ao spoiler. Contudo, é um tipo de reação negativa mais contida do que os revoltados. Isso porque expressa um descontentamento com os spoilers de forma branda, sem apelar para xingamentos. Entra nesta categoria as expressões por linguagem figurativa, como “vai para o inferno” e “vou matar a Shonda”.

**Exemplo:**



**V104-Trolls:** Indivíduos que ridicularizam e ironizam os fãs da série soltando spoilers gratuitos na rede. Podem seguir ou não a série, mas se divertem com as ondas de insatisfação dos fãs com a disseminação generalizada de spoilers. Em geral espalham e comentam de forma irônica o caráter exagerado das expressões dos fãs quando recebem o spoiler. A categoria não compete aos tweets com spoilers não intencionais, por exemplo o uso da #ripderek.

**Exemplo:**



**V105- Animados/Spoiler Fans:** São fãs que não só buscam spoilers intencionalmente como reagem positivamente expressando textualmente ansiedade pelo episódio. Também podem ser não-fãs, ou seja, seguidores mais esporádicos da série, que não acompanham o lançamento de episódios nos EUA, mas que desejam se manter a par dos acontecimentos, ainda que os assista depois.

## Exemplo:



**V106- Informativos:** São tweets de páginas de séries ou veículos midiáticos comentando sobre o episódio. Muitas vezes até soltam spoilers, mas diferentemente do troll, fazem isso com o intuito de informar e não ridicularizar os fãs. Além disso, podem ser matérias informativas ou comentários de blogs sobre a reação dos fãs aos spoilers nas mídias sociais, como o #tearsofgrey.

## Exemplo:



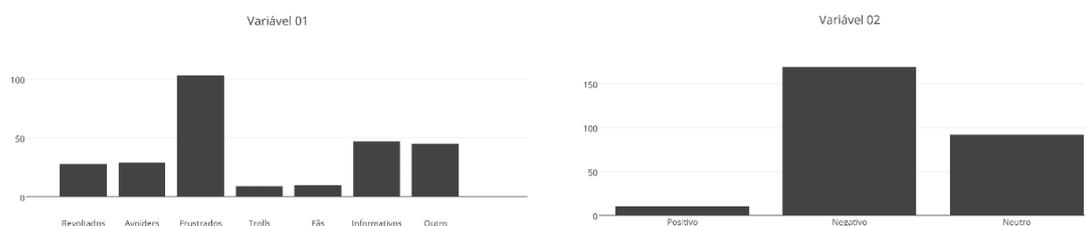
**V107- Outros:** Comentários aleatórios acerca da série ou do episódio sem expressar nenhum descontentamento ou prazer em relação aos spoilers. Podem entretanto, expressar descontentamento com a série e com seus criadores. Além disso, grande parte dos tweets utilizam a #tearsofgrey.

## Exemplo:



**Variável 02****V201** - Positivo (Animados).**V0202** - Negativo (Revoltado, Frustrado, Troll, Avoider).**V0203** - Neutro (Informativo e Outros).

Realizamos a codificação manual de uma amostra aleatória do banco de dados de n=271, com margem de erro de 5%. A codificação possui duas variáveis: (1) reação textual sobre o spoiler - Frustrados, Avoiders, Revoltados, Trolls, Fãs, Institucionais e Outros; e (2) valência das reações - Positivo, Negativo e Neutro. Os resultados estão apresentados na Tabela 01:

**Tabela 01 – Análise de Conteúdo**

A análise de conteúdo realizada indica que prevalece a produção de tweets com conteúdo que se refere à frustração com 38% em relação ao vazamento antecipado de informações importantes sobre o episódio de *Grey's Anatomy*. Os revoltados, que utilizaram linguagem de tons carregados e hostis, representaram 10,33% da amostra. E a segunda variável retornou valência negativa em 62,36% das mensagens analisadas. De modo geral, isso sugere evidências empíricas da reação dos usuários do Twitter em relação ao spoiler da série de TV.

No entanto, os resultados também apontam que o relacionamento negativo com spoilers, embora majoritário, não é abrangente o suficiente para captar as diversas nuances do fenômeno. Nesse sentido, é necessário adotar uma perspectiva mais complexa na análise, a fim de encontrar categorias derivativas e desviantes do comportamento negativo dominante. No caso investigado, nossos dados trazem um achado de que outros 10,70% são avoiders, evitando spoilers e avisando seus seguidores

para sair das mídias sociais; e 3,32% são trolls, usuários que compartilham spoilers com a finalidade de se divertir com o sofrimento dos fãs da série. A categoria fãs com 3,69% dos usuários é um achado empírico que sustenta a tese de que parte do público tem um relacionamento produtivo com os spoilers, acompanhando os acontecimentos do roteiro, sem ter a rotina fiel de assistir aos episódios assim que são exibidos na TV estadunidense. Defendemos que para parte da audiência esta prática não estraga a experiência de assistir ao show, mas a complementa, compondo uma extensão textual relativa à *Grey's Anatomy* em outras mídias.

### ***Spoilers* e as novas formas de consumo**

Existem diversos estudos que abordam a relação entre o uso das mídias sociais e o consumo de séries ficcionais televisivas. Entretanto, poucas análises são focadas na presença de spoilers na internet, o que motiva calorosos debates que inundam as mídias sociais ao longo da exibição de séries populares como *Grey's Anatomy* e *Game of Thrones*<sup>6</sup>. O Twitter tem se transformado em um espaço de trocas de opiniões, informações e até sentimentos por parte dos fãs de séries. Os dados encontrados nesse trabalho revelam um universo dentro do *fandom* ainda pouco estudado: os fãs que consomem e trocam spoilers de forma prazerosa. Ademais, ainda demonstram diferentes níveis de rejeição por parte dos fãs ao consumirem spoilers.

O principal achado desse trabalho foi evidenciar através de dados empíricos as diversas nuances que estudos teóricos só apontam. Do mesmo modo como Mittell e Gray identificam na análise qualitativa dos fãs de *Lost*, a existência de “spoiler fans” e os “spoiler avoiders”, encontramos em nosso banco de dados reações similares por parte dos fãs de *Grey's Anatomy*, acrescentando variações às categorias exploradas pelos autores. Assim, ao nos depararmos com os tweets de valência negativa, que compõem cerca de 62% da amostra analisada e que possuem um alcance de rejeição que varia de frustração à extrema revolta, tornou-se necessário esmiuçarmos essa reação em outros três comportamentos distintos e possíveis, sendo eles: revolta, frustração e trollagem.

Além disso, ao identificarmos os “avoiders”, isolamos dois comportamentos dentro dessa categoria. O primeiro abarcaria os fãs que evitam spoilers, afirmando que estavam

---

<sup>6</sup> Série criada por David Benioff e Daniel Weiss para a HBO. Baseada na série de livros As Crônicas de Gelo e Fogo, escritos por George R. R. Martin..

abandonando as redes sociais. Já o segundo são os fãs que alertavam outros usuários da grande presença de spoilers nas redes. Essa união dos fãs corrobora os dados apontados por Schirra, Sun, e Bentley (2014), que, ao analisarem a prática de *live-tweeting*, afirmam que o Twitter é uma ferramenta que une uma comunidade de fãs que antes estava fragmentada.

Ao testar nossas hipóteses, encontramos que 3,69% do banco de dados reagem positivamente ao consumir spoilers. Dentre os dados favoráveis, é possível argumentar que embora sejam consideravelmente menores que os resultados negativos e neutros, ainda assim são representativos da existência de um grupo dentro do *fandom* que não só enxerga a atividade de consumir spoilers como prazerosa, mas também, são engajados por esse consumo. Uma possível razão para essa reação é o fato de que os spoilers, como um paratexto, poderiam preencher uma lacuna temporal dentro da exibição dos episódios, uma vez que a série é transmitida nos Estados Unidos primeiro e muitas vezes leva semanas para sua exibição na televisão fechada nacional. Assim, resta aos fãs acompanharem por links online durante a transmissão ou baixando o episódio após sua exibição. Os spoilers, desse modo, alimentariam a curiosidade desse grupo particular de fãs, que aguardam ansiosamente a cada novo episódio. Assim, os spoilers seriam uma forma de estender a experiência de consumo da série.

### **Considerações finais**

Grande parte da literatura acadêmica trata o spoiler como uma experiência negativa para a audiência, literalmente estragando o consumo do produto cultural. No entanto, argumentamos que o spoiler é um paratexto auxiliar que pode preparar o fã para assistir a série. De fato, há diversas informações que são publicadas para estimular a audiência, como sinopses, fotos, *teasers*, *trailers*, entrevistas e *talk shows*. Nesse sentido, há um conjunto de textos que circulam em torno do produto cultural principal. As conversas e postagens nas mídias sociais expandem esse espaço de conversação sobre as séries, engajando os fãs em dinâmicas de relacionamento, negociação e recontextualização de sentido.

Este trabalho buscou oferecer evidência empírica para testar apontamentos teóricos propostos na bibliografia acadêmica levantada. Assim, realizamos uma análise de conteúdo de uma amostra aleatória de n=217 com margem de erro de 5%, medindo a

frequência de sete categorias de reação do público ao spoiler nas mídias sociais: frustrados, avoiders, revoltados, trolls, fãs, informativos e outros; e três valências: positivo, negativo e neutro. Nossos resultados mostram que na amostra estudada a maior parte das reações no Twitter foram negativas. Contudo, sugerimos que a repercussão dos spoilers tiveram nuances mais complexas, indo de frustrados a revoltados. Além disso, os spoilers despertam práticas subculturais entre os fãs, gerando dinâmicas de solidariedade entre os membros da comunidade, quando os avoiders avisam outros fãs para saírem das mídias sociais; e práticas de conflito, quando trolls espalham spoilers para debochar dos fãs e se divertirem com a performance de frustração nas redes.

A partir dos dados propostos neste trabalho sugerimos uma adaptação do conceito, argumentando que o spoiler é a quebra da ordem de recepção de uma informação sobre o roteiro que revela um acontecimento narrativo, mas que não necessariamente provoca uma reação negativa, não devendo, portanto, ser compreendido antecipadamente como frustrante ao consumo. Evidentemente, alguns aspectos como estilo do roteiro, relevância do acontecimento narrativo para a trama, ou autoria e modo de disseminação do spoiler, podem alterar a forma de repercussão e circulação do fenômeno em questão. Todavia, é entendendo o spoiler em seu aspecto multidimensional que pudemos revelar a complexidade que envolve as diversas relações de consumo aqui apresentadas.

A categoria fãs de spoilers é um achado que aponta para a riqueza das relações da audiência com estes paratextos nas mídias sociais. Isso porque, embora quantitativamente reduzidos em comparação com a repercussão de valência negativa, os fãs de spoilers sugerem um relacionamento paralelo com estes paratextos, sem estragar a experiência de assistir o programa, mas a estimulando. Assim como há mais de um tipo de fã, também há mais de uma forma de acompanhar a série, que apontam para uma mudança significativa dos regimes de espectralidade, sobretudo, das produções audiovisuais seriadas contemporâneas: assistir de forma sincronizada com os lançamentos originais nos Estados Unidos a partir de links piratas e comunidades fãs; baixar vazamentos ripados no dia posterior, assinar um serviço de streaming, assistir na TV a cabo, na TV aberta, reassistir, comprar os DVDs ou acompanhar à distância pelos canais especializados de spoilers.

De modo paralelo, o público não é homogêneo em suas razões e formas de ver o show. De fato, as mídias sociais potencializam a possibilidade de quebra na ordem de recepção, na medida em que agrupam e orientam conversas de fãs sobre o conteúdo da série de temporalidades de exibição totalmente diferentes. Assim, a experiência acontece em *overflow*, envolvendo processos transmídia e gerando comunidades *fandom* de discussão. Desta forma, este trabalho realizou uma análise empírica da produção de sentido nas mídias sociais sobre *Grey's Anatomy*, lançando evidências da relação complexa dos fãs com os paratextos, buscando entendê-los em seu aspecto multidimensional.

## Referências

- ANDREJEVIC, M. **Watching television without pity**: the productivity of online fans. *Television and New Media*, 9, 24-46, (2008).
- BAYM, Nancy K. **Tune in, log on**: soaps, fandom, and online community. London: Sage, 2000.
- BENEVENUTO, F. **Explorando redes sociais online**: da coleta e análise de grandes bases de dados às aplicações. Mini-cursos do Simpósio Brasileiro de Redes de Computadores (SBRC), 2011.
- BROOKER, Will. **Living on Dawson's Creek**: teen viewers, cultural convergence, and television overflow. *International Journal Of Cultural Studies* 4: 456-472 (2001)
- DOERFEL, M. L. **What constitutes semantic network analysis?** a comparison of research and methodologies. *Connections*, 21(2), 16-26, 1998.
- FORD, Sam, KOSNIK, Abigail de, HARRINGTON, C. Lee. **The survival of soap opera**: Transformations for a New Media Era. University Press of Mississippi, 2010.
- GIGLIETTO, F., ROSSI, L., & BENNATO, D. **The open laboratory**: limits and possibilities of using Facebook, Twitter, and YouTube as a research data source. *Journal of Technology in Human Services*, 30(3-4), 145-159, 2012.
- GENETTE, Gerard. **Paratexts**: the thresholds of interpretation. Trans. Jane E. Lewin (Cambridge: Cambridge University Press, 1997).
- GRAY, Jonathan. **Show sold separately**: *promos, spoilers and other media paratexts*. New York & London: New York University Press, p. 23-46, 2010.
- GRAY, J, & MITTELL, J. **Speculation on spoilers**: *lost* fandom, narrative consumption, and rethinking textuality. *Particip@tions* 4, no. 1 [http://www.participations.org/Volume%204/Issue%201/4\\_01\\_graymittell.htm](http://www.participations.org/Volume%204/Issue%201/4_01_graymittell.htm). 2007.
- GÜRSIMSEK Ö, DROTNER K. **Lost spoiler practices**: online interaction as social participation. *Participations. Journal of audience and reception studies*. 11(2) p. 24-44. 2014.

- HASSOUN, D. Sequential outliers: The role of spoilers in comic book reading. In: **Journal of Graphic Novels and Comics**, 4(2), 346-358, 2013.
- HAYES, Andrew F., KRIPPENDORFF, Klaus. Answering the call for a standard reliability measure for coding data. In: **Communication methods and measures** 1.1: 77-89, 2007.
- JOHNSON, B. K., & ROSENBAUM, J. E. **Spoiler alert:** Consequences of narrative spoilers for dimensions of enjoyment, appreciation, and transportation. *Communication Research*, 2014.
- LEAVITT, J. D., & CHRISTENFELD, N.J. S. Story Spoilers don't spoil stories. In: **Psychological Science**, 22(9), p. 1152-1154, 2011.
- LEWIS, S. C., ZAMITH, R., HERMIDA, A. Content analysis in an era of big data: a hybrid approach to computational and manual methods. In: **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, 57(1), 34-52, 2013.
- LYCARIÃO, D., DOS SANTOS, M. A. **Bridging Semantic and Network Analysis in SNS:** the Case of the Hashtag #vamosfalarsobreaborto (let's talk about abortion) in an Ego Network on Twitter, Wapor: Buenos Aires, ARG, 2015
- QIN, J. Hero on Twitter, traitor on news how social media and legacy news frame Snowden. In: **The International Journal of Press/Politics**, 20(2), pp.166 –184, 2015.
- QUICK, B. L. The effects of viewing Grey's Anatomy on perceptions of doctors and patient satisfaction. In: **Journal of Broadcasting & Electronic Media/March**, Routledge, p. 38-55, 2009.
- RECUERO, R. Contribuições da Análise de Redes Sociais para o estudo das redes sociais na Internet: o caso da hashtag# Tamojuntodilma e# CalaabocaDilma. In: **Fronteiras-estudos midiáticos**, 16(2), 60-77, 2014.
- RUSSELL, M. G., et al. Semantic analysis of energy-related conversations in social media: a Twitter case study. In: **International Conference of Persuasive Technology**, Columbus, OH, USA, 2011.
- SCHIRRA, S, SUN, H., & BENTLEY, F. **Together alone:** motivations for live-tweeting a television series, to appear in Proc CHI. ACM Press, p. 2441-2450, 2014.
- SHAH, D. V., CAPELLA, J. N., & NEUMAN, W. R. Big Data, Digital Media, and Computational Social Science Possibilities and Perils. In: **The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science**, 659(1), 6-13, 2015
- SILVA, M. V. B. Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. In: **Galaxia** (São Paulo, Online), n. 27, p. 241-252, jun. 2014.
- SMITH, Marc A. et al. Analyzing (social media) networks with NodeXL. In: **Proceedings of the fourth international conference on Communities and technologies**. ACM, p. 255-264, 2009.
- VAN DIJCK, J., & POELL, T. Understanding social media logic. In: **Media and Communication**, 1(1), 2-14, 2013.