

## Euphoria e as dinâmicas de compartilhamento no Twitter e Telegram

Analuá Baptista da Silva<sup>1</sup>

Faculdade Cásper Líbero

### Resumo

Nesse artigo, analisamos o fenômeno de circulação da série Euphoria nas plataformas Twitter e Telegram. Com a expansão de serviços de *streamings*, houve grande difusão de produções audiovisuais e seriados, porém, restritos aos assinantes simultâneos desses canais, de modo que a alternativa do público foi utilizar-se de redes sociais para acompanhar filmes e séries, burlando os planos de assinatura. Assim, investigamos a circulação da série Euphoria nessas duas redes e sua relação com as culturas de conexão e de participação. Para isso, foi feita uma observação participante de links externos de usuários do Twitter e registro de bots do Telegram que compilavam episódios de forma gratuita. Por fim, nota-se a relação entre a falta de acesso a múltiplos *streamings* e o novo fenômeno de circulação alternativa desses conteúdos pelas redes sociais.

**Palavras-chave:** Circulação; Compartilhamento; Streaming; Twitter; Telegram.

### Introdução

Quando a segunda temporada da série Euphoria foi lançada em janeiro de 2022, tornou-se constante a presença de conteúdos do programa nas redes sociais. Admiradores compartilhavam *edits*, destaque dos episódios lançados e *feedback* das personagens. Com o engajamento que a série obteve, a demanda por acesso à série cresceu, e, com isso, a alternativa foi a procura de links externos dos episódios no Twitter, levando à canais no Telegram.

De acordo com os dados fornecidos pelo Google Trends, a pesquisa pelo termo “assistir euphoria 2 temporada telegram” obteve aumento significativo entre 23 de janeiro e 26 de fevereiro apresentando o Twitter como assunto relacionado conforme demonstrado na Figura 1. Como a plataforma Twitter não disponibiliza ferramenta de quantificação de pesquisas, deve se inferir que o uso da plataforma de análise de incidência do Google, a qual também possui conhecida ferramenta de pesquisa, apresenta resultado análogo ao esperado da Twitter, de modo que o resultado do Google

---

<sup>1</sup> Estudante de jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero. E-mail: anabapsilva@ gmail.com.

pode ser estendido e utilizado de maneira ilustrativa para compreensão do fenômeno de circulação ocorrido no Twitter.

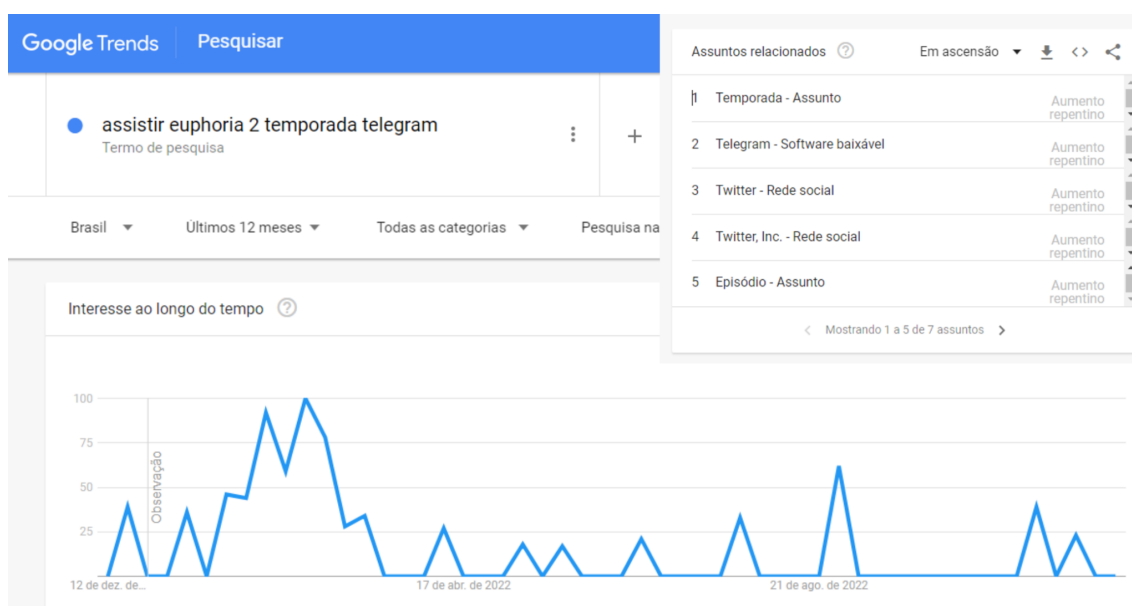


FIGURA 1 - Gráfico mostrando o aumento de pesquisa no Google por “Assistir Euphoria 2 Temporada Telegram” nos meses de janeiro e março.

FONTE - Google Trends<sup>2</sup>.

Dessa forma, nota-se um novo fenômeno dentro da Indústria do Entretenimento: dinâmica de compartilhamento alternativo não pago de séries nas plataformas Twitter e Telegram. Justamente pela evidência e destaque dessa prática durante o lançamento de Euphoria, a série foi escolhida como exemplo para explicar o funcionamento dessa nova dinâmica. Para isso, foi realizada a observação participante no Twitter de postagens que envolviam o compartilhamento de links dos grupos do Telegram onde a série estaria disponível. Além disso, foram selecionados dois grupos da plataforma de serviço de mensagens instantâneas, relacionados entre si, onde os episódios das séries estão disponíveis de forma gratuita e sem restrições de acesso.

O fenômeno também será associado a uma possível segunda onda de “pirataria”. Brian Feldman, em seu artigo “Why Piracy Is Making a Comeback in the Streaming Age”, relata que a saturação do mercado de *streaming* levou a uma profunda segmentação dos filmes e séries em diferentes plataformas e, conseqüentemente, uma

<sup>2</sup> Disponível em: <<https://trends.google.com.br/trends/explore?geo=BR&q=assistir%20euphoria%202%20temporada%20telegram>>. Acesso em: 08 de dez. de 2022.

necessidade de maior número de assinaturas para os usuários terem acesso aos programas que desejam.

Portanto, para que o usuário tenha acesso às séries *House of The Dragon* (HBO), *The Crown* (Netflix) e *The Rings of Power* (Amazon Prime Video), por exemplo, é necessário adquirir assinatura em três plataformas de *streaming* diferentes, ocasionando um aumento de custos mensal para o consumidor. Porém, “os fãs não querem, propriamente, a assinatura de serviços de *streaming*, mas apenas alguns programas distribuídos por eles (BRIAN FIELDMAN, 2019).”

A Netflix surgiu em 1998 como um site de compra e aluguel de DVDs, porém o serviço de *streaming*, no formato como é conhecido hoje, foi introduzido apenas em 2007, atingindo relevância global em meados de 2010, quando foi introduzido ao mercado canadense com o modelo de *streaming* em aparelhos móveis. Com o sucesso e barateamento de custo, acreditou-se que o consumo de filmes e séries por meios ilegais teria chegado ao fim, já que as opções legais - como os *streaming* - tornaram-se mais práticas do que as opções alternativas, que aqui chamaremos de “alternativas”.

Porém, atualmente, para Fieldman, o que era considerado como a melhor das opções de distribuição paga tem se tornado cada vez mais custoso, tanto no sentido financeiro quanto logístico. Em uma pesquisa realizada em 2019 pela *NERA Economic Consulting* e pelo Centro Global de Política e Inovação da Câmara de Comércio dos EUA, mais de 80% da pirataria online global é atribuída a serviços de *streaming* ilegais, principalmente nos setores de programas de TV e cinema. Assim, mesmo que seja trabalhoso e arriscado utilizar sites de filmes piratas, a fragmentação do conteúdo entre *streamings* tem feito com que os usuários recorram para meios alternativos de consumo de filmes e séries, como a pirataria, evitando sofrer os custos da multiplicidade de assinaturas de serviços de transmissão remota.

O aplicativo de mensagens Telegram tem se tornado um dos grandes meios alternativos de consumo de filmes e séries no meio digital. Como foi observado neste estudo de caso da série *Euphoria*, é cada vez mais recorrente a procura de canais na plataforma no qual as séries estão disponíveis. O compartilhamento dos canais do Telegram ocorre também utilizando-se de outras redes sociais como veículo de divulgação, porém, no presente artigo trabalharemos com a dinâmica presente principalmente entre essas duas plataformas, Twitter e Telegram.

O Telegram apresenta uma nova dinâmica de compartilhamento de filmes e séries, porém, a forma como ocorre possui semelhanças notórias com algumas

plataformas utilizadas nos anos 1990 e 2000 para distribuição desses conteúdos na internet.

O mIRC é um cliente de *Internet Relay Chat* (sistema de chat mundial) criado em 1995 por Khaled Mardam-Bey, no qual é possível conversar com pessoas do mundo inteiro, compartilhar arquivos e jogar jogos com outros usuários. Diante disso, era muito comum os fãs utilizarem dos chats para baixar filmes e séries que desejavam. O que mostra que a nova dinâmica entre as redes Twitter e Telegram possui semelhanças com esta prática de utilização de chats online para o compartilhamento de conteúdo presente desde o início da internet.

Por fim, como última etapa do estudo, percebemos que para essa dinâmica de compartilhamento da série *Euphoria* acontecer é necessário um trabalho colaborativo e voluntário entre os usuários. E, apesar da Cultura da Participação (CLAY SHIRKY, 2010) descrever o tempo livre que um indivíduo tem para se empenhar no desenvolvimento de projetos coletivos, como inovações e criações de ferramentas e conteúdo, podemos incluir a ressignificação das ferramentas pelos usuários através do trabalho coletivo como uma forma de cultura da participação também.

Desta forma, o Telegram passa a desempenhar a função de difundir os episódios da série *Euphoria* através de seus canais. É por meio da plataforma que os usuários (e fãs) vão conseguir ter acesso aos episódios da série e, assim, cultivar as interações que acontecem nas redes sociais referentes aos conteúdos das séries. Ou seja, essa dinâmica desempenha um papel fundamental dentro da denominada “cultura de fãs” (JENKINS, 2008), pois, com a popularidade da série nas redes sociais e, conseqüentemente, o aumento do seu alcance, mais usuários buscam consumir o programa e participar das interações sociais dentro das plataformas.

### **Twitter + Telegram = Euphoria**

A série *Euphoria*, lançada em junho de 2019 pela HBO, é um programa de televisão norte-americano criado por Sam Levinson, cuja história foi baseada em uma minissérie israelense de 2012, roteirizada por Ron Leshem, Daphna Levin e Tmira Yardeni. A série busca abordar, através das experiências de vidas dos personagens, temas relacionados à adolescência, como o uso de drogas, sexualidade, amizades, questões familiares, bullying, inseguranças e traumas.

Em sua primeira temporada, *Euphoria* vai ter um foco principal em Rue Bennet (Zendaya), uma adolescente de 17 anos que após um episódio de overdose buscar retornar a normalidade da sua vida. Desde seu primeiro dia de aula, Rue nota a presença de Jules (Hunter Schafer), uma garota trans que acaba de chegar na cidade, com quem desenvolve uma amizade. Com o desenrolar do relacionamento, Rue começa a cultivar sentimentos por Jules que, em contrapartida, pede para que a amiga não use drogas com o pretexto de manter o bem-estar na relação. Devido ao seu sentimento por Jules, Rue vai buscar de todas as formas possíveis enfrentar seu vício.

Além do enredo em torno das duas personagens, a série apresenta histórias paralelas, como a de Nate Jacobs (Jacob Elordi), um *bad boy* que faz parte do time de futebol da escola, mas que por trás de sua popularidade é um garoto violento que lida com seus problemas paternos, familiares e em relação a sua sexualidade. Já sua namorada, Maddy Perez (Alexa Demie), é uma líder de torcida popular que demonstra muita segurança sobre si, mas vive um relacionamento abusivo no qual passa por constantes ameaças e violências de Nate.

O enredo também acompanha Cassie Howard (Sydney Sweeney), melhor amiga da Maddy, uma adolescente cheia de insegurança que sofre contínuas sexualizações, no qual já teve uma *sex tape* vazada. E, ainda, Kat Hernandez (Barbie Ferreira), uma garota gorda que busca descobrir mais sobre sua sexualidade.

A série também teve dois episódios especiais - lançados respectivamente em dezembro de 2020 e janeiro de 2021 - que aprofundaram a relação da Rue e da Jules, além de tratarem sobre as questões individuais de cada uma. Como uma continuidade do episódio final da primeira temporada, após Rue sugerir à Jules que elas fujam juntas, a personagem começa a ficar ansiosa sobre a possibilidade de sair da cidade, não conseguindo levar adiante sua própria sugestão, deixando com que Jules siga sozinha a viagem. Devido ao acontecimento, Rue volta a se drogar, já que aquilo que a segurava longe do vício havia partido.

No primeiro episódio, Rue se encontra com Ali, seu padrinho de reabilitação, com quem tem uma importante conversa sobre seu vício. Nessa ocasião, Rue vai entender melhor o impacto que a morte do seu pai ainda tem na sua vida, trazendo temas como arrependimentos, religião e relacionamento. Já o segundo episódio vai ter como foco a Jules durante sua sessão de terapia. A adolescente vai contar como não tem se reconhecido mais, tratando das questões de feminilidade e transição. Em sua

conversa, Jules questiona o impacto da ausência de uma figura feminina na sua formação e como isso impactou a maneira como se coloca no mundo.

A segunda temporada de *Euphoria* foi lançada em 9 de janeiro de 2022. E, mesmo mantendo seu foco na personagem Rue Bennet e sua relação com o vício, a série começou a abordar com maior profundidade outras relações que começam a surgir. Uma das principais tramas desenvolvidas vai ser sobre a personagem Cassie o seu relacionamento secreto com Nate Jacobs, ex-namorado de sua melhor amiga. Apesar da relação ter se mantido em segredo por um tempo, a situação acaba saindo do controle e o caso chega até Maddy, que se sente traída pela amiga.

O relacionamento de Rue e Jules também é retratado, mas com a personagem lidando com uma nova recaída, seu vício é mantido em segredo da namorada. Em contrapartida, Rue conhece Elliot, com quem inicialmente vai criar uma relação de companheirismo nos momentos que usa drogas, mas que posteriormente estabelece uma amizade. Em um primeiro momento, Jules apresentou um ciúmes dessa amizade, porém acaba aceitando a relação e até se simpatizando com Elliot, que desenvolve sentimentos por ela.

*Euphoria* foi bem recebida pela crítica devido à qualidade da direção, trilha sonora e performance dos atores e atrizes, chegando a ser indicada para vários prêmios - como *British Academy Television Award* na categoria de Melhor Programa Internacional e o *TCA Award* de Melhor Série Notável. Ainda, ganhou uma legião de fãs que proporcionaram a popularidade da série, compartilhando conteúdos variados do programa e comentando sobre os episódios em suas redes sociais. Devido ao seu sucesso, a série foi renovada para uma terceira temporada em fevereiro de 2022.

Com a crescente popularidade de *Euphoria*, principalmente durante o lançamento da segunda temporada, a série tornou-se um assunto constante entre os usuários do Twitter que acompanhavam os episódios. E, como a série utilizou o modelo de lançamento semanal de capítulos, os consumidores mantiveram-se vinculados à história por mais tempo nas redes sociais. Segundo a *Variety's Trending TV Chart*, um ranking de popularidade de programas de TV de acordo com o seu engajamento no Twitter, o drama se manteve em primeiro lugar na rede social desde a estreia da segunda temporada em nove de janeiro de 2022, caindo apenas para o segundo lugar na semana do lançamento de *All of Us Are Dead* de Netflix, mas retornou a liderança na semana do dia 31 de janeiro.

## Variety Trending TV

Engagements are calculated by a combination of audience interactions including tweets, retweets, likes and hashtags.

Week of Jan. 31 - Feb 6

|    | Show Title                                | Mentions | Engagements | Replies | Retweets | Likes |
|----|---|----------|-------------|---------|----------|-------|
| 1  | <b>Euphoria (HBO/HBO Max)</b>             | 79K      | <b>651K</b> | 15K     | 50K      | 586K  |
| 2  | <b>All of Us Are Dead (Netflix)</b>       | 66K      | <b>328K</b> | 10K     | 49K      | 269K  |
| 3  | <b>The Book of Boba Fett (Disney+)</b>    | 84K      | <b>245K</b> | 4K      | 19K      | 221K  |
| 4  | <b>The Masked Singer (Fox)</b>            | 24K      | <b>158K</b> | 8K      | 23K      | 127K  |
| 5  | <b>Olympics</b>                           | 34K      | <b>136K</b> | 12K     | 22K      | 103K  |
| 6  | <b>Peacemaker (HBO Max)</b>               | 12K      | <b>129K</b> | 3K      | 8K       | 117K  |
| 7  | <b>That '90s Show (Netflix)</b>           | 7K       | <b>79K</b>  | 737     | 8K       | 70K   |
| 8  | <b>Juvenile Justice (Netflix)</b>         | 44K      | <b>78K</b>  | 109     | 58K      | 20K   |
| 9  | <b>The Mandalorian (Disney+)</b>          | 9K       | <b>75K</b>  | 1K      | 7K       | 67K   |
| 10 | <b>Killing Eve (AMC/AMC+/BBC America)</b> | 9K       | <b>56K</b>  | 1K      | 10K      | 46K   |

FOR MORE DATA, VISIT [VIP+](#)

SOURCE: DATA PROVIDED BY TWITTER

FIGURA 2 - Série Euphoria da HBO no top um do ranking da Variety Trending TV.

FONTE - site da Variety<sup>3</sup>.

O Twitter é uma das mais relevantes redes sociais do mundo. Segundo o Relatório de Visão Geral Global Digital de 2022<sup>4</sup>, publicado em parceria com *We are Social* e *Hootsuite*, a plataforma encontra-se em sétimo lugar no ranking global das redes sociais favoritas dos internautas. É por ele que usuários buscam se informar sobre acontecimentos e assuntos mais importantes do momento, sendo considerado até mesmo um termômetro político e noticioso.

A plataforma foi criada por Jack Dorsey, Evan Williams e Biz Stone em março de 2006 com o objetivo de ser uma espécie de blog pessoal para a publicação de

<sup>3</sup> Disponível em: <<https://variety.com/2022/tv/news/euphoria-top-show-twitter-1235173772/>>. Acesso em: 28 de nov. de 2022.

<sup>4</sup> Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>>. Acesso em: 09 de dez. de 2022.

pequenos textos. Inicialmente, o Twitter tinha um limite de apenas 140 caracteres, mas em 2017, após dez anos do seu lançamento, o limite passou a ser 280. No dia 27 de outubro de 2022 a empresa foi comprada por Elon Musk por US \$44 bilhões.

A rede social ficou cada vez mais popular e, junto com o seu sucesso, outras funções foram implementadas na plataforma. Com a possibilidade de compartilhar fotos, vídeos e áudios, além da função *Trending Topics* - que mostra aos usuários os assuntos mais comentados dentro da plataforma - o Twitter tornou-se um canal por onde as pessoas se informam e expressam suas opiniões dos eventos em tempo real.

Porém, para além de um ambiente onde são feitos comentários e conteúdos referentes à série *Euphoria*, o Twitter foi utilizado como um canal de compartilhamento dos episódios do programa. A popularidade da série aumentou sua procura por usuários e a demanda para assisti-la e, devido à exclusividade para assinantes dos *streamings* da HBO, a procura no Twitter por meios alternativos para consumir o conteúdo aumentou, entre eles, uma das saídas foi a transmissão por links de canais do Telegram.

O Telegram é um aplicativo de mensagens instantâneas, criado em 2013, pelos irmãos Nikolai e Pavel Durov, fundadores do VK, a maior rede social da Rússia. A plataforma foi criada com o objetivo de trazer segurança e privacidade para os usuários, por isso apresenta uma criptografia de ponta opcional para proteger as conversas e chats secretos com a possibilidade de mensagens autodestrutivas. Diferente do Whatsapp, aplicativo de mensagem da empresa Meta, o Telegram permite a criação de grupos de 200 mil participantes, assim como canais sem limite máximo de inscritos e a função de habilitar bots (robôs) para realizar determinadas funções.

Os canais do Telegram funcionam como ferramentas para transmitir mensagens para grandes audiências. Ao contrário dos grupos, além da quantidade ilimitada de inscritos, os canais permitem que os administradores mandem mensagens, mostrando apenas o nome e a foto do canal - não identificando o nome da pessoa que fez o post. O aplicativo disponibiliza a possibilidade de enviar diversos tipos de arquivos - como fotos, áudios, vídeos e documentos - não havendo um limite de tamanhos. Desta forma, são os canais do Telegram o principal instrumento utilizado para o compartilhamento dos episódios da série *Euphoria*.

Para chegar até esses canais, no qual a série encontra-se disponível, os usuários utilizam diversos meios, entre eles, o Twitter se destaca. Devido à rede social permitir que as pessoas tenham acesso às publicações umas das outras, desde que o perfil não seja fechado, tornou-se comum realizar pesquisas na plataforma em busca desses canais.



Por meio da barra de pesquisa os usuários procuram por “euphoria telegram” e a partir dos *tweets* referentes a este conjunto de palavras é possível encontrar links compartilhados no Twitter dos canais com a série. Outra maneira é realizar uma postagem perguntando sobre algum canal ativo que possui a série Euphoria, esperando obter a resposta de alguém, assim como muitos usuários fazem.

A Figura 2 a seguir ilustra como essa dinâmica acontece no Twitter. Os *tweets* selecionados são uma coletânea de exemplos de destaque referentes aos hábitos dos usuários de consumidores da série pelo Telegram. Com base neles, é possível observar os usuários divulgando os canais que utilizam para consumir a série de maneira espontânea, enquanto alguns comentam que acharam o programa no Telegram e outros pedem para que compartilhem o link do canal. A escolha de seleção dos *tweets* foi baseada na ordem hierárquica dos resultados da pesquisa na categoria “top tweets”, que são as postagens mais relevantes de acordo com seu engajamento.



FIGURA 2 - coletânea de exemplos de destaque com capturas de tela de postagens do Twitter.

Para aqueles mais habituados com a plataforma, é possível encontrar o programa diretamente pelo Telegram, seja pesquisando dentro dos próprios canais que já conhecem ou realizando uma busca por “Euphoria” na barra de pesquisa disponível no aplicativo que mostra onde a série está vinculada. Encontrar esses canais por vezes não é fácil, pois muitos são banidos por infringirem leis de direitos autorais, já que se trata de um compartilhamento não autorizado desses episódios.

Na presente pesquisa, foram selecionados dois canais relacionados entre si para demonstrar a maneira como a série é consumida no Telegram. A escolha foi baseada na

disponibilidade da série Euphoria, pois, como foi dito anteriormente, muitos dos canais que tinham esses arquivos foram banidos ou os episódios foram apagados.

O primeiro canal é o “M.F Séries!” que funciona como catálogo para inúmeras séries de várias produtoras. Em sua descrição encontra-se uma instrução de como pesquisar as séries, podendo ser realizada através da barra de busca do próprio canal, ou por meio de uma procura pela capa da série nas imagens. Logo que o programa é localizado, há uma pequena sinopse de Euphoria acompanhada por um link que direciona o usuário a outro canal.

Esse segundo canal, nomeado “Euphoria”, é onde a série está disponível, tanto a opção dublada quanto legendada, podendo ser assistida dentro do próprio aplicativo do Telegram. Essa segmentação de canais serve como proteção dos conteúdos publicados para não serem deletados por infringir leis de direito autoral ou para o canal não ser deletado, pois, dentro da lógica do compartilhamento não pago, sendo preferível perder alguns conteúdos do que o canal inteiro. Por meio da utilização de várias janelas fica mais difícil para o Telegram fiscalizar esses canais.

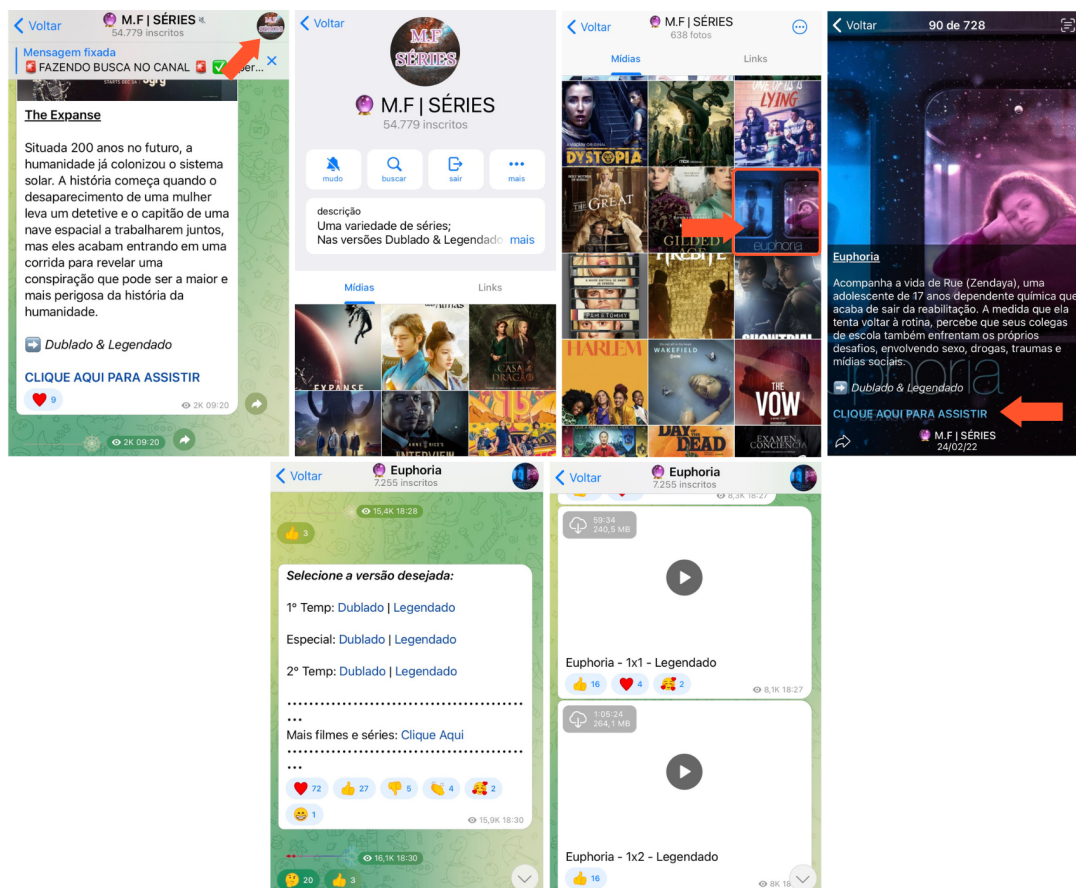


FIGURA 3 - capturas de tela com os dois M.F Séries e Euphoria do Telegram.

## **Relação com a Cultura da Participação e Cultura de Fã**

A dinâmica de compartilhamento da série Euphoria nas plataformas Twitter e Telegram depende e se relaciona, respectivamente, com os fenômenos da Cultura da Participação (SHIRKY, 2011) e Cultura de Fã (JENKINS, 2008). Como já dito anteriormente, essas plataformas adquiriram funções dentro desse processo que não foram imaginadas pelos criadores dessas plataformas. O Twitter e Telegram tornaram-se parte fundamental na disseminação da série - sendo o primeiro o meio no qual as pessoas pesquisam e compartilham links de canais com o programa disponível e o segundo onde os usuários consomem essas séries.

Clay Shirky (2011) trabalha com o termo Cultura da Participação para descrever o tempo livre que os indivíduos têm para desenvolver projetos coletivos, novas ferramentas, programas e conteúdo no espaço das mídias digitais. No entanto, uma das principais características dos usuários é se apropriar e ressignificar dos espaços da internet, isto é, uma ferramenta desenvolvida inicialmente com um objetivo de funcionamento específico pode sofrer alterações na forma como os usuários a utilizam.

As capacidades de uma ferramenta não determinam completamente suas funções máximas. Em vez disso, os usuários podem colocar uma ferramenta em funcionamento de formas que seus criadores jamais imaginaram, e essas novas funções são muitas vezes descobertas e aperfeiçoadas não por um arroubo de inspiração individual, mas pela exploração e pelo melhoramento feitos por um grupo colaborativo (SHIRKY, 2011, p. 10)

O autor trabalha com a ideia de que as produções de conteúdo profissionais podem ser reconfiguradas por produções amadoras. Assim, consideramos a distribuição das séries por meio dos *streamings* como uma produção profissional e, por meio do Telegram, como armadora, pois, não se trata de um compartilhamento autorizado pelas produtoras. E para que essa segunda ferramenta funcione desta forma é necessário um trabalho colaborativo entre os usuários, partindo daqueles usuários que estruturam os canais e daqueles que consomem os programas disponibilizados.

Em seu livro “A Cultura da Participação: criatividade e generosidade no mundo conectado”, Clay Shirky (2011) utiliza um exemplo similar para explicar o comportamento dos usuários ao consumirem esses conteúdos disponibilizados de forma gratuita em determinadas plataformas. A ferramenta utilizada para exemplificar é o

Napster, um serviço de streaming criado por Shawn Fanning e por Sean Parker, que se popularizou nos anos 2000 por ser uma rede de compartilhamento de músicas rápida e sem custo. Dessa forma, o autor detalha que o programa se difundiu por possibilitar que as pessoas compartilhassem de forma simples, rápida e gratuita conteúdos perfeitos e infinitamente copiáveis (p.44-45).

Portanto, podemos considerar que o consumo de séries pelo Telegram tornou-se popular por permitir que os usuários acessem as produções cinematográficas, também, com facilidade e gratuidade. Isso ocorreu porque o fenômeno de multiplicação dos canais de *streaming* e, conseqüentemente, a segmentação das produções, promoveu um encarecimento do acesso aos conteúdos produzidos. Por isso, a procura por maneiras alternativas para assistir os programas, dentre eles os canais do Telegram, tornou-se uma alternativa sedutora nas redes sociais.

Além disso, a divulgação dos canais com os programas disponíveis é uma tarefa exercida de forma coletiva pelos indivíduos, pois, como vimos, o Twitter é a principal plataforma por onde os consumidores conseguem ter acesso aos canais através de uma interação com outros usuários. Ou seja, há uma troca de informações entre aqueles que assistem a séries por esses mecanismos, promovendo a difusão desses links.

Para Henry Jenkins (2014) os fãs são um ponto crucial na discussão sobre os processos de consumo e produção na contemporaneidade. Eles são inovadores quando falamos de apropriação de novas plataformas participativas que promovem uma interação com aqueles que possuem algo em comum. De acordo com o autor, os fãs “[...] abraçam as novas tecnologias conforme vão aparecendo, em especial quando esses recursos lhe oferecem novos meios de interagir social e culturalmente” (JENKINS, 2014, p.57).

Logo, muitos filmes e séries são produzidos para os canais de *streaming*, mas, devido à sua popularidade e ao número de fãs que atraem, começam a estimular o consumo por meio de downloads e de redes de compartilhamentos informais no meio digital. Devido o alcance desses conteúdos, eles adquirem um espaço de destaque dentro das discussões que permeiam a internet, no qual serão criticados, elogiados, comentados e reelaborados, tornando-se materiais para memes, fanpages, vídeos de *edits* com as melhores cenas das produções e atingindo o Trending Topics do Twitter. Isto é, filmes e séries passam a ser apropriados e consumidos de formas diversas pelos seus fãs.

## Conclusão

A partir da dinâmica observada, é possível inferir que a multiplicação das plataformas de *streaming* pertencentes a diferentes produtoras tem levado os fãs buscarem outros meios para consumirem as séries. Com o sucesso da segunda temporada de *Euphoria* de janeiro a fevereiro de 2022, essa dinâmica tornou-se mais visível no Twitter, visto que é o princípio meio pelo qual as pessoas pesquisam canais no Telegram que tenham o programa disponível.

Apesar do processo para se chegar ao canal do Telegram - que disponibiliza a série - também acontecer dentro do próprio aplicativo, a principal plataforma utilizada para acessar os links desses canais é o Twitter. Justamente por ser uma rede social que promove uma interação não apenas entre seguidores, mas com usuários que acompanham assuntos em comum, o Twitter torna-se um rede social propícia para o compartilhamento desses links.

Essa dinâmica de compartilhamento da série pelo Twitter e Telegram ocorre fundamentalmente a partir de interações entre usuários das redes, que, devido às produções de conteúdos de fãs referente à série, levam as pessoas a quererem acompanhar a história. Desta forma, além de promover um maior espaço para discussão sobre o programa nas redes sociais, a presente dinâmica também depende da popularidade da série para acontecer, já que quanto maior o engajamento maior o número de pessoas querendo acompanhar a série.

Portanto, os usuários das mídias digitais estão em constante apropriação de novas plataformas nas redes sociais, sejam para interagir entre si ou para desenvolver uma nova cultura de compartilhamento, atribuindo a uma plataforma funções diferentes daquelas que foram imaginadas pelos criadores, como no caso das plataformas analisadas durante o estudo.

## Referências

AVERSA, Paola; HERVAS-DRANE, Andres; EVENOU, Morgane. **Business Model Responses to Digital Piracy**. Berkeley Haas, v. 61, p. 30-58, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.5204/lthj.1271>. Acesso em 3 mai. De 2022.

BLACKBURN, David; EISENACH, Jeffrey A.; HARRINSON JR., David. **Impacts Of Digital Video Piracy On The U.S. Economy**. 2 jun. 2019. Disponível em: <https://www.theglobalipcenter.com/wp-content/uploads/2019/06/Digital-Video-Piracy.pdf>. Acesso em: 29 nov. 2022.

BURROUGHS, Benjamin. **A cultural lineage of streaming**. Internet Histories, v. 3, p. 147-161, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/24701475.2019.1576425>. Acesso em 24 abr. de 2022.

CHELBERG, Kristina. **'Sharing is Caring': Copyright Metaphors and Online Sharing Norms**. Law, Technology and Humans, v. 3, p. 61-75, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.5204/lthj.1271>. Acesso em de 3 mai. 2022.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: Criatividade e generosidade no mundo conectado**. [S. l.: s. n.], 2011.

DOWLING, Amber. **'Euphoria' Reclaims Top Spot on Twitter as a 'Masked Singer' Controversy Storms In**. Variety, 7 fev. 2022. Disponível em: <https://variety.com/2022/tv/news/euphoria-top-show-twitter-1235173772/>. Acesso em: 28 nov. 2022.

FELDMAN, Brian. **Why Piracy Is Making a Comeback in the Streaming Age**. New York Magazine – Intelligencer, 2019. Disponível em: <https://nymag.com/intelligencer/2019/06/piracy-is-back.html>. Acesso em 28 abr. de 2022.

GROHMANN, Rafael. **O que é circulação na comunicação? Dimensões epistemológicas**. Famecos, Porto Alegre, v. 27, p. 1-13, jan - dez 2020. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/revistafamecos/article/view/35881/26276>. Acesso em 13 de abr. de 2022.

HILLS, Matthew. **Fan Cultures**. Routledge, v. 3, f. 128, 2003. 256 p.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Aleph, 2009. 432 p, p. 25-51. Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/Ciencias.Linguagem/L3JenkinsConvergencia.pdf>. Acesso em 14 jun. 2022.

JENKINS, Henry. **Cultura da Conexão**. [S. l.: s. n.], Aleph, 2014.

JOHN, Valquiria M; WAGNER, Lauro H. **Cultura de Fã e Narrativa Transmídia: Análise da Circulação e Consumo da Série Game Of Thrones no Brasil**. Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura, 2013. Disponível em: [https://abciber.org.br/simposio2013/anais/pdf/Eixo\\_5\\_Entretenimento\\_Digital/26031arq08864545905.pdf](https://abciber.org.br/simposio2013/anais/pdf/Eixo_5_Entretenimento_Digital/26031arq08864545905.pdf). Acesso em 06 de abril de 2022.

KARAALI, Ozan. **Why Scene Groups Are Doing Software And Digital Media Piracy**. 2017. Disponível em: <https://ozankaraali.com/Why-Scene-Groups-Are-Doing-Software-and-Digital-Media-Piracy/>. Acesso em: 9 mai. 2022.

MIRANDA, Emmanuelle C. D. **Dinâmicas de Distribuição e Circulação de Séries Originais Netflix: um estudo de caso de House of Cards**. Belo Horizonte, 2017. 173p.

RIOS, Daniel; CATELLANO, Mayaka. **“DIVULGUE ESSA SÉRIE!”: imaginários do sucesso e do fracasso em produções Originais Netflix**. Compós, 2021. Disponível em:

<https://proceedings.science/compos-2021/papers/---divulgue-essa-serie-----imaginarios-do-sucesso-e-do-fracasso-em-producoes-originais-netflix>. Acesso em 23 de março de 2022.

SBARDELOTTO, Moisés. **Circulação em rede: a comutabilidade de polos de produção e recepção no fluxo comunicacional digital**. Galoá, 2017. Disponível em:

<https://proceedings.science/compos-2017/papers/circulacao-em-rede--a-comutabilidade-dos-polos-de-producao-e-recepcao-no-fluxo-comunicacional-digital>. Acesso em 30 de março de 2022.

SILVA, M. V. B. **Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade**. Galaxia, 2014. Disponível em:

<http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542014115810>. Acesso em 16 de março de 2022.

SPAJIC, Damjan Jugovic. **Piracy Is Back: Piracy Statistics for 2022**. Data Prot. 2022. Disponível

em: <https://dataprot.net/statistics/piracy-statistics/?msclkid=4b2183f4c10011ec891b369390d58992>. Acesso em 22 abr. de 2022.

SPIKER, Hendrik S.; COLBJØRNSSEN, Terje. The dimensions of streaming: toward a typology of an evolving concept. **Media, Culture & Society**, v. 42. 1210–1225 p, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0163443720904587>. Acesso em: 24 abr. 2022.

TEFERTILLER, Alec. Media Substitution in Cable Cord-Cutting: The Adoption of Web-Streaming Television. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, v. 64, p. 390-407, 2018. Disponível

em: <https://doi.org/10.1080/08838151.2018.1451868>. Acesso em 26 abr. de 2022.

VALIATI, Vanessa Amália Dalpizol. **Consumo audiovisual em plataformas digitais: a configuração de práticas e fluxos na rotina de usuários da Netflix**. Galáxia, São Paulo, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1982-25532020346644>. Acesso em 18 abr. de 2022.

VASCONCELOS OLIVEIRA, Maria Carolina; ADIB DINO, Luísa. **Cultura e Arte Na Era da Repartição: Reflexões a Partir de Práticas de usuário de Internet no Brasil**. Cetic.br, 2017. Disponível em:

<https://cetic.br/publicacao/cultura-e-tecnologias-no-brasil/>. Acesso em 18 de março de 2022.

WE ARE SOCIAL; HOOTSUIT. **Digital 2022 Global Overview Report**. 2022. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>. Acesso em: 09 de dez. de 2022.