

## OS FÃS BRASILEIROS DE *O MUNDO SOMBRIO DE SABRINA*. PERCEPÇÕES SOBRE O CONSUMO MIDIÁTICO, AS ADAPTAÇÕES E A PUBLICIDADE

*Daniel Henrique Moreira do Amaral*<sup>1</sup>

*Rafael Jose Bona*<sup>2</sup>

### Resumo

O presente trabalho tem como objetivo analisar a percepção dos fãs brasileiros acerca da *webserie O mundo sombrio de Sabrina* (Netflix, 2018 e 2019). A metodologia é do tipo documental, de abordagem qualitativa e quantitativa e as técnicas de análise de conteúdo. Foi aplicado um formulário on-line de perguntas, com 235 fãs, dividido em quatro dimensões: perfil do fã, a relação do consumo midiático da ficção seriada, as questões de adaptações e a publicidade. Como principal resultado constatou-se que *O mundo sombrio de Sabrina* possui um público jovem e é formado, em sua maioria, por mulheres. O *webseriado* é assistido, principalmente, pelo *smartphone*, tem interesse em temas relacionados à bruxaria e afins, além de ter um prévio conhecimento sobre a personagem em outras narrativas de mídia. O trailer também é considerado bem produzido e passa a mensagem que a narrativa do *webseriado* transmite por meio da linguagem da publicidade.

**Palavras-chave:** *Narrativa; Consumo; Mídia; Publicidade; O mundo sombrio de Sabrina.*

### INTRODUÇÃO

Na contemporaneidade, as ficções seriadas têm tomado um espaço na rotina de entretenimento de muitos atores sociais em diversas partes do mundo. Conforme dados publicados pelo *Anuário da Obitel* (LOPES; GÓMEZ, 2018), apesar das telenovelas ainda serem o carro-chefe na audiência da televisão aberta no Brasil e em alguns países da

<sup>1</sup> Graduado em Publicidade e Propaganda (FURB). E-mail: daanpatd@gmail.com.

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação e Linguagens (UTP). Docente da Universidade Regional de Blumenau e da Universidade do Vale do Itajaí. Pesquisador e colaborador do PPGE/FURB. E-mail: bona.professor@gmail.com.

América Latina, o direcionamento de suas narrativas para plataformas de serviços de *streaming* tem aumentado no intuito de fazer o espectador consumir seus produtos audiovisuais em qualquer local com acesso à internet. Isso se deve ao fato de que o público está cada vez mais próximo das tecnologias e o consumo da mídia audiovisual é constante.

A ficção seriada televisiva é conhecida por aquela estrutura narrativa de apresentação descontínua e fragmentada. Seu enredo é estruturado sob diferentes formas por meio de capítulos ou episódios que são exibidos na grade de programação de uma emissora (MACHADO, 1999). Ao adaptar o conceito de ficção seriada para o consumo digital, Ramos e Neves (2016) argumentam que geralmente se utiliza o termo *websérie*, que une a narrativa seriada da televisão com a veiculação e consumo por meio das plataformas digitais. Para Hergesel (2018, p. 133) “*websérie* é qualquer narrativa midiática prioritariamente audiovisual, dividida em episódios (ou capítulos), pensada para pequenas telas e armazenada em espaços on-line passíveis de visitação”. Esses espaços podem ser pagos (na maioria das vezes) ou não.

Dentro desse contexto, a empresa de serviços de *streaming* norte americana, Netflix, com mais de 100 milhões de assinantes em todo o mundo, começou a expandir suas produções no formato de *webséries* originais. Pesquisas recentes têm estudado os impactos das ficções seriadas no formato de *webséries* em áreas transdisciplinares como as de: Castellano e Meimaridis (2016), Soares (2017), Norton e Ferreira (2017), Oka (2017), Matos (2018) e Pereira e Bona (2018) que ratificam a importância dos estudos temáticos acerca das *webséries* e do impacto da Netflix no consumo de mídia das produções audiovisuais. Ao relacionar o consumo de *streaming* para a área da Publicidade e Propaganda encontramos alguns trabalhos relevantes como os de Kinzel (2015) e Freitas e Lima (2016) ao estudarem as formas de interação da publicidade com essa nova forma de consumo midiático.

A partir dessa contextualização, percebeu-se a importância e a relevância dos estudos acerca das ficções seriadas (*webséries*) na atualidade, a nova forma de consumo da publicidade e das narrativas por meio das plataformas de *streaming*, principalmente em relação à Netflix.

A temática estudada neste artigo se relaciona ao perfil, ao consumo de mídia, às adaptações de narrativas audiovisuais e à publicidade e tem como objeto os fãs espectadores da *websérie O mundo sombrio de Sabrina* (2018 e 2019), da Netflix. A ficção seriada possui uma narrativa acerca do sobrenatural. A primeira temporada (11 episódios)

foi lançada no dia 26 de outubro de 2018 e teve uma boa recepção por parte do público e da crítica. A segunda temporada foi lançada no dia 5 de abril de 2019 (nove episódios).

*O mundo sombrio de Sabrina* é uma adaptação da história em quadrinhos de mesmo nome, de 2014. A narrativa é sobre Sabrina Spellman (Kiernan Shipka), uma bruxa de dupla natureza (metade-bruxa e metade-mortal) que precisa conciliar sua vida com os humanos que ela se relaciona e com as forças do mal que sempre a ameaçam.

A personagem Sabrina já esteve presente em outras histórias em quadrinhos publicadas em diferentes décadas, mas sua primeira aparição ocorreu em 1962 na revista *Archie's Mad House*. Sabrina teve algumas adaptações em diferentes mídias – as mais conhecidas foram: *Sabrina, the teenage witch* (1996-2003), o desenho animado *A bruxinha Sabrina* (1999-2000), alguns telefilmes como *Sabrina, aprendiz de feiticeira* (1996), que é o episódio piloto da série, *Sabrina vai a Roma* (1998) e *Sabrina vai a Austrália* (1999), além de uma trilha sonora feita especialmente para o seriado de televisão, em 1998. É possível considerar que Sabrina é uma personagem transmídia por estar em diferentes plataformas.

Assim, o problema de pesquisa se constrói a partir de questionamentos relacionados à estrutura narrativa da *websérie* em questão, de como os consumidores/espectadores brasileiros são impactados com a publicidade deste produto audiovisual e o que mais desperta a atenção na narrativa por parte do público. O objetivo geral deste estudo, portanto, é o de analisar a percepção dos fãs brasileiros acerca da *websérie O mundo sombrio de Sabrina* (2018 e 2019 – primeira e segunda temporadas). Os objetivos específicos são: a) traçar o perfil do público consumidor da *websérie O mundo sombrio de Sabrina* (2018 e 2019); b) identificar os elementos que mais chamam a atenção na *websérie* em questão; c) verificar o conhecimento do público acerca dos elementos de adaptação dos produtos de mídia anteriores para a narrativa audiovisual da Netflix; d) analisar os impactos do trailer da primeira temporada para o consumo da *websérie* em questão.

## REVISÃO DE LITERATURA

A narrativa tem uma multiplicidade de sentidos, ela designa o ato da narração e em outros momentos remete-se ao conteúdo deste. Também se entende pelo modo discursivo de uma história, de um enredo. Segundo Nogueira (2010: 63), “portanto, por narrativa

entendemos, sobretudo, o conjunto formado essencialmente pela história e pelo enredo, ao qual se poderá juntar a própria narração”. Para Eco (2011, p. 271) toda estrutura narrativa é a expressão de um mundo, porém, os atores sociais se dão conta do fato quando o mundo revelado tem “a mesma configuração da estrutura que o exprimia”.

Apesar de estarmos na era do *streaming*, as narrativas continuam despertando a atenção dos atores sociais. Boa parte dessas narrativas está em formato de ficção seriada. Mesmo nessa era midiaticizada, Jenkins (2009) explica que os atores sociais não perderam o interesse nas narrativas, sendo que essas são fundamentais em todas as esferas sociais, fazem parte da cultura humana. Atualmente, “estamos descobrindo novas estruturas narrativas, que criam complexidade ao expandirem a extensão das possibilidades narrativas, em vez de seguirem um único caminho, com começo, meio e fim” (JENKINS, 2009, p. 170).

Alguns estudos recentes apontam a importância das ficções seriadas para *streaming*. Com o intuito de analisar o novo dinamismo do consumo televisivo pela Netflix, Kinzel (2015) estuda algumas estratégias de engajamento do consumidor com a publicidade. Freitas e Lima (2016) analisam de que forma a publicidade tem se adaptado nessa nova forma de consumo por meio do *streaming*.

Castellano e Meimaridis (2016) discutem como a Netflix tem se popularizado nos últimos anos e como a prática da produção em ficção seriada tem se tornado cada vez mais comum e presente, além de como esse novo formato de consumo tem rompido alguns padrões da televisão estadunidense. Soares (2017) analisa algumas mudanças que os serviços de *streaming* da Netflix têm promovido perante o consumo de narrativas das ficções seriadas. Norton e Ferreira (2017) direcionam um estudo para a produção de *websérie* no Brasil ao estudarem a primeira temporada de 3% e verificam a importância das estratégias que potencializam as questões digitais para o engajamento dos espectadores para o consumo. Oka (2017) analisa como o espectador brasileiro consome as produções seriadas e considera a Netflix como um dos principais meios desse consumo. Matos (2018) expõe algumas transformações na forma de se consumir a ficção seriada por meio das novas possibilidades como o *streaming* da Netflix e a facilidade ao acesso aos dispositivos móveis. Pereira e Bona (2018) analisam a percepção dos espectadores brasileiros em relação a primeira temporada da *websérie Strangers things*, de 2016, que mesmo não conhecendo as principais referências da narrativa envolvem-se com o universo intertextual do enredo.

## PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia deste estudo é do tipo documental, de abordagem qualitativa e quantitativa e as técnicas de análise classificam-se como análise de conteúdo. O universo da pesquisa são todos os fãs da ficção seriada *O mundo sombrio de Sabrina*, que contava com duas temporadas completas disponibilizadas na Netflix (2018 e 2019) no momento de execução da pesquisa. Como amostra foram selecionados, de forma aleatória, dois grupos de fãs presentes na rede social *Facebook*, um deles com pouco mais de 32 mil membros e outro com pouco mais de nove mil (dados de maio de 2019). Os grupos foram escolhidos aleatoriamente, de forma não probabilística por julgamento.

Como procedimento, foi aplicado um formulário de perguntas via *Google Forms*, dividido em quatro dimensões a fim de atingir os objetivos do trabalho: perfil do fã, a relação do consumo midiático da ficção seriada, as questões de adaptações e a publicidade.

Antes do formulário do *Google Forms* ser enviado aos grupos, realizou-se um pré-teste com oito pessoas formadas em Publicidade e Propaganda, que sugeriram algumas modificações e, somente, depois das reformulações, o questionário foi aplicado – buscando premiar os respondentes, o sorteio de uma camisa temática do *webseriado* foi realizado. O questionário ficou aberto entre os dias 7 e 16 de maio de 2019 e obteve um total de 235 respostas.

A primeira dimensão do questionário teve o objetivo de descobrir o perfil do fã de *O mundo sombrio de Sabrina*, no qual constavam perguntas em relação ao gênero, idade, estado em que reside, ocupação atual, a religião que a pessoa mais se identifica e o nível educacional.

O segundo bloco foi direcionado ao consumo do produto de mídia (o *webseriado*) com perguntas que versavam sobre de que forma o *webseriado* foi assistido (de forma aleatória ou completo), em quais dispositivos tecnológicos foi assistido, como ficou sabendo do *webseriado*, com quantas pessoas assistiu, se foi e o que foi comentado com outras pessoas, se teve interesse em pesquisar mais informações em outros meios, qual outra ficção seriada da Netflix, além de *O mundo sombrio de Sabrina*, foi assistida anteriormente pelo espectador e, por fim, uma avaliação de 1 a 10 sobre a produção.

O terceiro bloco estava relacionado a questões de adaptações. Foi perguntado se o entrevistado conhecia versões anteriores da personagem Sabrina antes da Netflix (os telefilmes, o seriado, as histórias em quadrinhos, o desenho animado, o disco musical, entre outras) e o que mais lhe chamou atenção nessas versões anteriores. Foi questionado

também se *O mundo sombrio de Sabrina* fosse adaptado para o cinema ou para um jogo eletrônico, ainda haveria interesse em consumir.

Por último, relacionado à área de Publicidade e Propaganda, foi disponibilizado o trailer oficial da primeira temporada (de 2'29") e feitas as seguintes perguntas: o que mais chamou a atenção no trailer (desde a atuação da atriz à trilha sonora), que tipo de gênero audiovisual esse trailer inspirou, se a história exibida no trailer parece ser melhor do que a do seriado exibido na Netflix, se o trailer expõe fielmente o gênero do seriado e se conhecia o trailer antes de assistir *O mundo sombrio de Sabrina*.

Figura 1 – Formulário de perguntas

O formulário é apresentado em um fundo preto com o título 'O MUNDO SOMBRIO DE SABRINA' em letras vermelhas e estilizadas no topo. O conteúdo é organizado em três seções principais, cada uma com perguntas relacionadas a um aspecto específico do consumo e da adaptação da obra.

Perfil do consumidor.	<p>Qual o seu gênero?</p> <p>Qual a sua idade?</p> <p>Estado em que reside?</p> <p>Ocupação atual?</p> <p>Com qual religião você mais se identifica?</p> <p>Qual seu nível educacional?</p>
Consumo do <i>webseriado</i> .	<p>Quantos episódios ou temporadas você assistiu?</p> <p>Em quais dispositivos você assistiu?</p> <p>Como ficou sabendo do <i>webseriado</i>?</p> <p>Com quantas pessoas você assistiu?</p> <p>Depois de assistido, você comentou com outras pessoas?</p> <p>Se sim, quais tipos de comentários foram feitos?</p> <p>O <i>webseriado</i> lhe despertou o interesse em procurar informações em outros meios?</p> <p>Qual seriado anterior que você assistiu antes de <i>O mundo sombrio de Sabrina</i>?</p> <p>Como você avalia o <i>webseriado</i>?</p>
As diferentes adaptações da personagem Sabrina.	<p>Caso você tenha assistido ou lido alguma versão anterior de Sabrina (além da Netflix), qual a que lhe chamou mais atenção?</p> <p>Caso algo tenha lhe chamado atenção na versão anterior a Netflix, descreva em poucas palavras.</p>

	Você teria interesse em assistir uma versão adaptada de <i>O mundo sombrio de Sabrina</i> para o cinema?
	Você teria interesse em jogar ou conhecer uma versão adaptada de <i>O mundo sombrio de Sabrina</i> para os games?
Impactos da publicidade do <i>webseriado</i> .	(Antes de aplicar o questionário, foi disponibilizado o trailer oficial da primeira temporada de <i>O mundo sombrio de Sabrina</i> , original, com legendas em português, com duração de 2'29") O que mais chamou sua atenção no trailer? Que tipo de gênero audiovisual o trailer inspirou? A história exibida no trailer parece ser melhor do que a do <i>webseriado</i> exibido na Netflix? O trailer expõe fielmente o gênero do <i>webseriado</i> ? Você conhecia o trailer antes de assistir a produção da Netflix?

Fonte: dados da pesquisa.

## ANÁLISE E TRATAMENTO DOS DADOS

### 1. PERFIL DO CONSUMIDOR DE *O MUNDO SOMBRIO DE SABRINA*

Sobre o perfil do fã consumidor de *O mundo sombrio de Sabrina*, a partir dos respondentes do questionário, 83% são do gênero feminino e 16% são do masculino. Em relação a faixa etária, 50,6% (119 respostas) possuem até 18 anos, seguido de 37,9% (89 respostas) de 19 a 24 anos, 9,4% (22 respostas) de 25 a 30 anos e 2,1% (5 respostas) acima dos 31 anos.

Dos respondentes, a maioria reside no estado de São Paulo (34,5%), seguido por Paraná (11,9%), Rio de Janeiro (8,9%), Rio Grande do Sul (8,1%), Santa Catarina (6,4%) e o restante, os demais estados. Sobre a atual ocupação dos entrevistados, 57% deles apenas estudam, 19,6% estudam e trabalham, 14,5% apenas trabalham e 8,9% nem estudam e nem trabalham.

Pelo fato de *O mundo sombrio de Sabrina* trabalhar com algumas questões relacionadas ao satanismo, perguntamos com qual religião o consumidor mais se identifica. A maioria respondeu que se identifica com a religião católica (32,3%), seguida pela evangélica (27,2%). Algumas pessoas responderam serem agnósticas (em torno de 10%) e, algumas delas, responderam se identificarem com seitas satânicas.

Para encerrar o primeiro bloco, foi perguntado acerca do nível educacional: 30,5% possuem o ensino médio completo, seguido por 22,1% com o ensino médio incompleto e, também com 22,1%, o ensino superior incompleto. As demais respostas ficaram com 9,8% com ensino fundamental completo, 8,1% com ensino superior completo e 7,2% com ensino fundamental incompleto.

## 2. O CONSUMO MIDIÁTICO DO FÃ DE *O MUNDO SOMBRIO DE SABRINA*

O segundo bloco de perguntas estava relacionado a dados do consumo de *O mundo sombrio de Sabrina*. A primeira pergunta foi se o consumidor havia assistido as temporadas completas ou episódios aleatórios. Dos 235 respondendo, 224 deles (95,3%) assistiram à primeira e à segunda temporadas completas, seguido de cinco respondentes (2,1%) que disseram ter visto apenas a primeira temporada. Os demais assistiram aleatoriamente os episódios.

Na sequência foi perguntado em quais dispositivos o *webseriado* foi assistido. A pergunta era de múltipla escolha e, a maioria, assistiu pelo *smartphone* (146 respostas), seguido pela televisão (99 respostas), no computador (54 respostas) e no *tablet* (6 respostas).

Em relação a como o fã ficou sabendo de *O mundo sombrio de Sabrina*, também com múltipla escolha, a maioria viu por acaso na plataforma da Netflix (111 respostas), pela publicidade – trailer, propaganda no YouTube, entre outros – (100 respostas), por indicação de amigos (42 respostas) ou por recomendação de familiares (5 respostas).

Dos respondentes, 79,6% assistiram o *webseriado* sozinhos, 14,9% com mais uma pessoa, 4,3% com mais duas pessoas, e 1,3% com três ou mais pessoas. Depois de ter assistido, 94% dos respondentes disseram que comentaram sobre o *webseriado* com outras pessoas. Desses, a maioria comentou com outras pessoas sobre a história (194 respostas), seguido com comentários sobre a produção em si (52 respostas), sobre a atuação do elenco (41 respostas), sobre a diferença das outras versões com a personagem Sabrina (40 respostas).

Na sequência, foi perguntado se *O mundo sombrio de Sabrina* despertou o interesse em procurar informações em outros meios. Dos respondentes, 104 disseram que tiveram interesse em procurar informações aleatórias sobre a produção na internet, 57 deles disseram que tiveram interesse em saber mais sobre as histórias em quadrinhos da

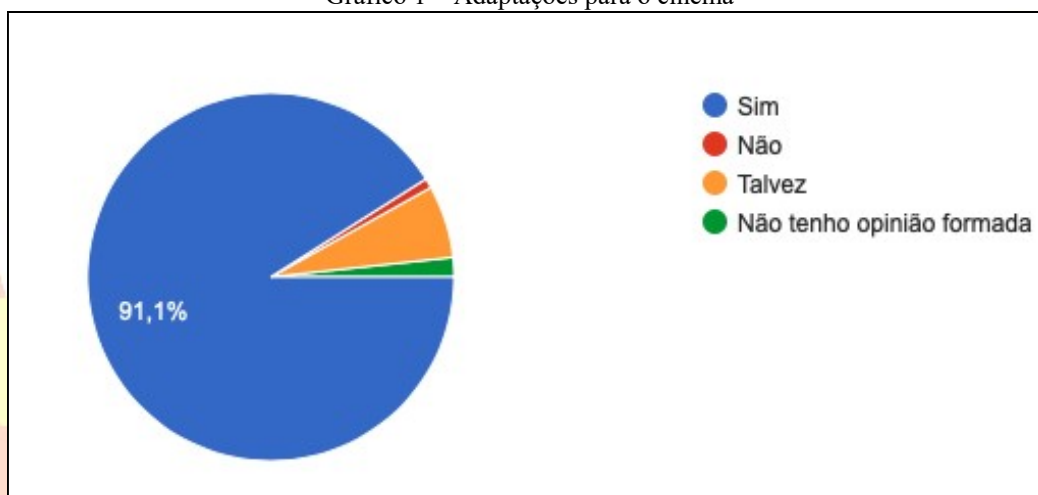




Na sequência, para os que responderam sim na questão anterior, foi perguntado o que mais chamou atenção numa das versões anteriores. A maioria (98 respostas) disse que não lembra. Por ser uma questão aberta, muitos dos respondentes disseram que as histórias em torno do gênero e da própria personagem Sabrina é o que mais chama a atenção.

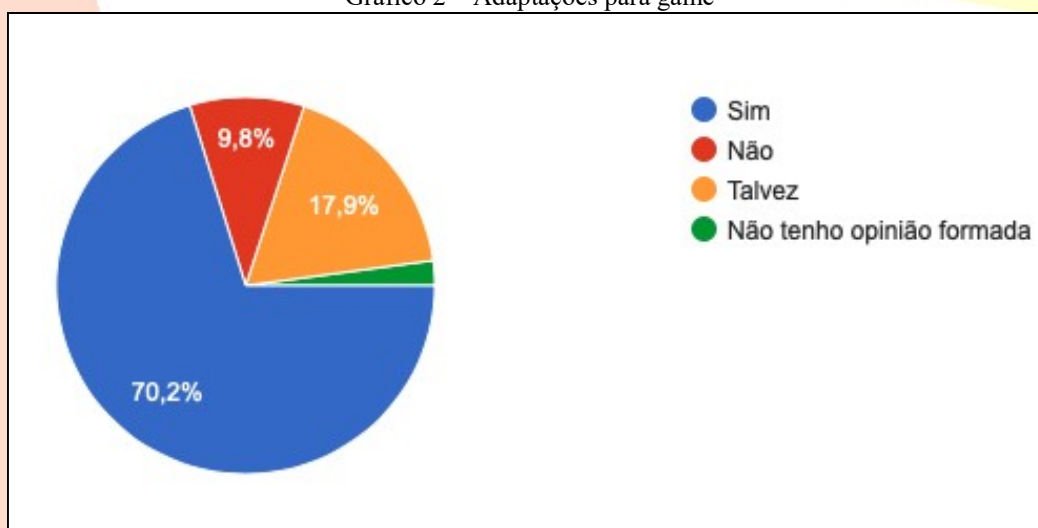
Por fim, foi questionado se haveria interesse em assistir ao *O mundo sombrio de Sabrina* numa versão cinematográfica caso fosse adaptado. Dos respondentes, 91,1% disseram que sim (ver Gráfico 1). Em seguida, foi perguntado se fosse adaptado para um game, também haveria o interesse em conhecer ou consumir. A maioria, 70,2% disse que sim (ver Gráfico 2).

Gráfico 1 – Adaptações para o cinema



Fonte: dados da pesquisa.

Gráfico 2 – Adaptações para game



Fonte: dados da pesquisa.

#### 4. OS IMPACTOS DA PUBLICIDADE NO CONSUMO DE *O MUNDO SOMBRIO DE SABRINA*

O trailer é umas das ferramentas mais importantes para a publicidade de um produto audiovisual. Segundo Moraes (2019, p. 113) não há como “dissociar o trailer da sua função publicitária de vender o produto que está sendo promovido, nesse caso: o filme ou série televisiva”. Conforme o autor, os trailers possuem argumentos de persuasão que englobam questões visuais, textuais ou de som para despertar a atenção dos espectadores para o consumo do produto final.

No intuito de analisar a percepção dos consumidores acerca dos impactos da publicidade de *O mundo sombrio de Sabrina*, foi disponibilizado o trailer oficial da primeira temporada postado no YouTube<sup>3</sup>.

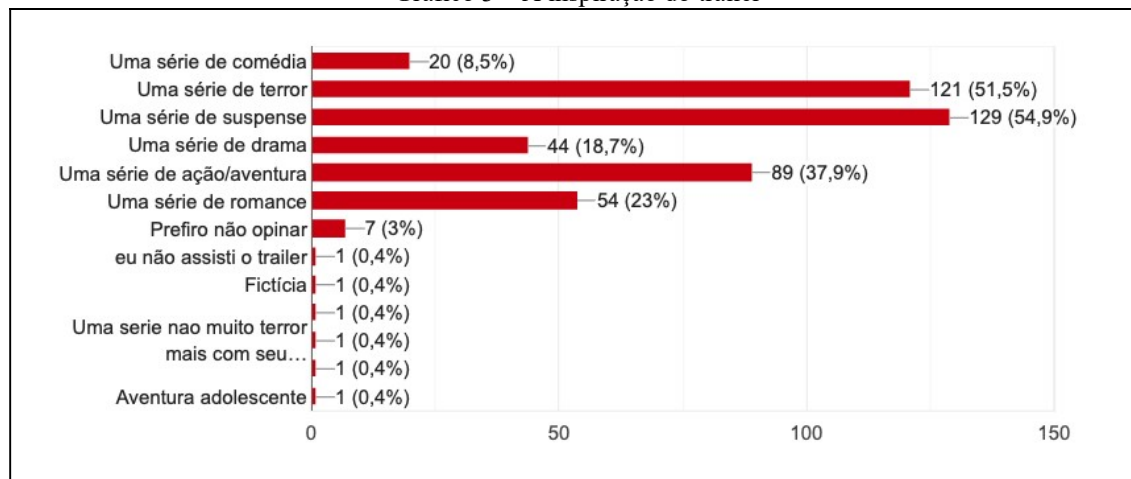
Na sequência, os respondentes deveriam dizer o que mais chamou a atenção no trailer (de múltipla escolha): 154 disseram que o elemento mais atraente foi a temática (bruxaria) e temas similares que são despertados pela narrativa; 123 disseram que a narrativa em si desperta um interesse para acompanhar o *webseriado* na Netflix; 65 responderam que a atuação da atriz principal também desperta atenção; seguido por 61 respostas que disseram que a música/trilha sonora desperta muita curiosidade e, 56 respostas, que a fotografia audiovisual é bastante interessante. Com menos respostas, 40 responderam que a atuação dos demais atores chama a atenção e 19 que a locução da atriz principal é um fator importante.

Em seguida, foi perguntado se, de modo geral, que tipo de gênero o trailer despertou (questão de múltipla escolha). A Netflix classifica o *webseriado* como suspense/terror e, no site IMDB (2019), como drama/fantasia/terror. Das respostas, 129 disseram que o trailer desperta para uma série de suspense, seguido de terror (121 respostas), ação/aventura (89), romance (54), drama (44), comédia (20). Sete preferiram não opinar, seguido por respostas aleatórias sobre as percepções. Assim, pode-se considerar que o trailer realmente inspira para o gênero classificado pela Netflix e também pelo IMDB. A seguir, um gráfico que representa a opinião dos fãs:

---

<sup>3</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=c1N3tpnmy-c>>. Acessado em 23/05/2019.

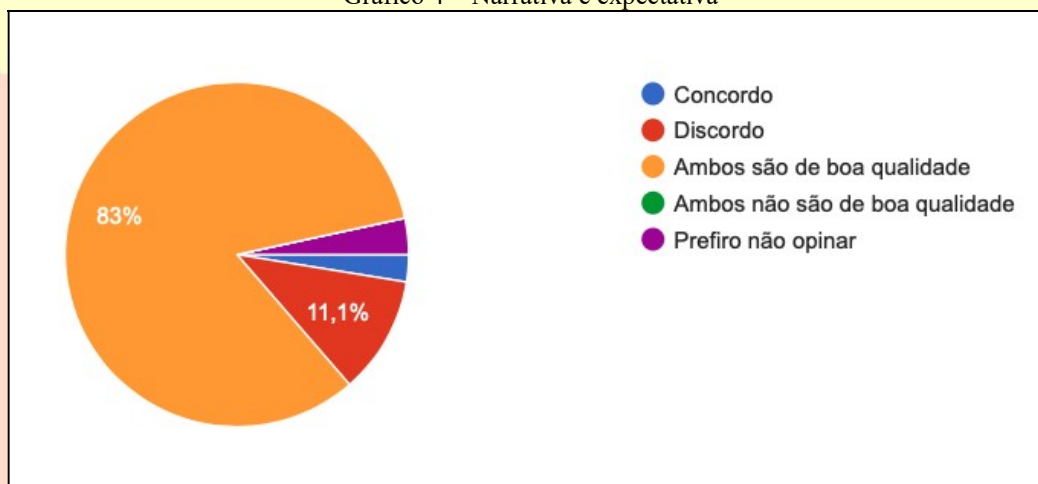
Gráfico 3 – A inspiração do trailer



Fonte: dados da pesquisa.

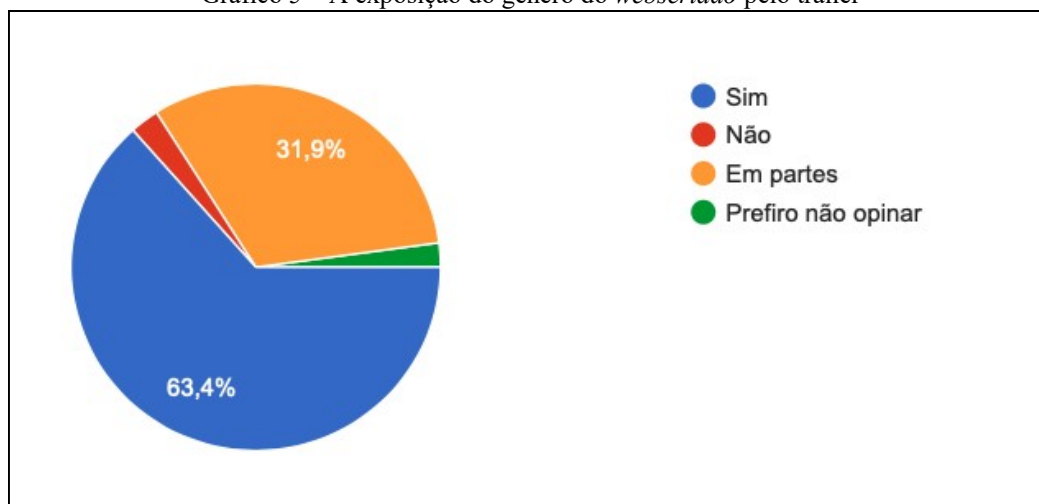
A terceira pergunta estava relacionada às questões de narrativa e a expectativa. Assim, foi perguntado se a história exibida no trailer parece ser melhor que a do seriado exibido na Netflix: 83% dizem que ambos são de boa qualidade, 11,1% discordam, 3,4% preferiam não opinar e 2,6% concordam. Para melhor ilustrar as respostas, segue o gráfico, a seguir:

Gráfico 4 – Narrativa e expectativa



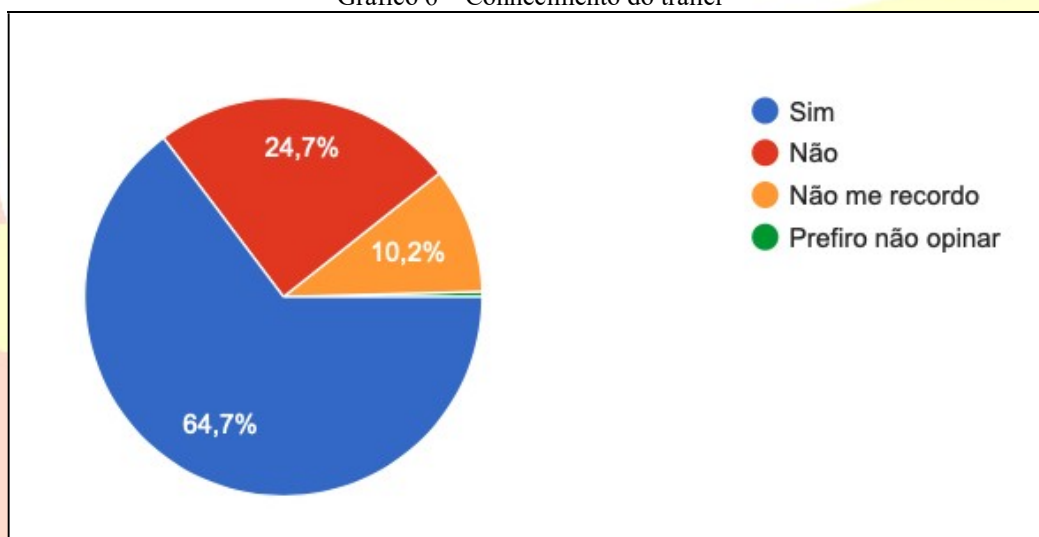
Fonte: dados da pesquisa.

Posteriormente, foi perguntado se o trailer expõe fielmente o gênero do *webseriado* assistido. A maioria, 63,4% disseram que sim, 31,9% em partes, 2,6% não e 2,1% preferiram não opinar (ver gráfico 5):

Gráfico 5 – A exposição do gênero do *webseriado* pelo trailer

Fonte: dados da pesquisa.

Gráfico 6 – Conhecimento do trailer



Fonte: dados da pesquisa.

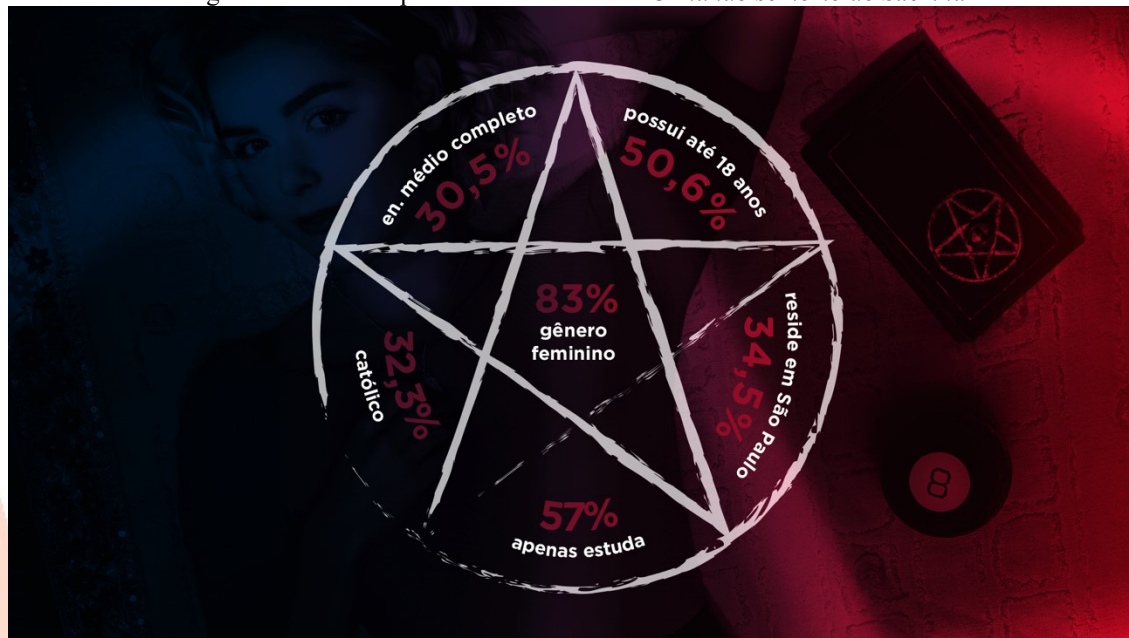
A última pergunta foi se o respondente conhecia o trailer antes de assistir *O mundo sombrio de Sabrina*: 64,7% responderam sim, 24,7% não, 10,2% não se recordam e 0,4% preferiu não opinar (ver gráfico 6).

## 5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A partir da análise das 235 respostas, podemos constatar que o público consumidor de *O mundo sombrio de Sabrina* é do gênero feminino (83%), possui até 18 anos (50,6%), reside no estado de São Paulo (34,5%), apenas estuda (57%), se identifica mais com a

religião católica (32,3%) e possui o ensino médio completo (30,5%). A seguir, apresentamos uma figura representativa deste perfil:

Figura 2 – Perfil do público consumidor de *O mundo sombrio de Sabrina*



Fonte: dados da pesquisa.

Sobre o consumo midiático de *O mundo sombrio de Sabrina*, é possível constatar que os pertencentes aos grupos do *Facebook* nos quais foi aplicado o questionário, realmente são fãs por terem assistido a primeira e segunda temporadas completas (95,3% dos respondentes), a maioria assistiu pelo *smartphone*, conheceu a ficção seriada por meio da plataforma da Netflix, assistiu sozinha e o que mais chamou a atenção foi a narrativa/história da ficção. Os respondentes também disseram que ficaram interessados em procurar informações aleatórias na internet sobre o *webseriado*. As ficções seriadas assistidas antes de *O mundo sombrio de Sabrina* se assemelham com o gênero narrativo e o público-alvo: *Lúcifer*, *Riverdale*, *Dark*, *Friends*, *Sex education* e *The 100*. A produção foi avaliada com nota dez por maior parte dos fãs (78,1%). Todo o contexto vem de encontro do exposto por Costa e Bona (2017) que relatam que a figura da bruxa tem sido adaptada para a comunicação audiovisual com o passar dos tempos sob diferentes abordagens: sejam como vilãs ou como mocinhas nos mais diferentes filmes e seriados. *O mundo sombrio de Sabrina* trabalha com um misto dessas abordagens e, de certa forma, atrai fãs nos mais variados contextos.

Em relação às diferentes adaptações já feitas acerca da personagem Sabrina, a maioria respondeu que assistiu apenas a versão da Netflix (138 deles), porém, uma parte dos fãs conhecia as versões em telefilmes e o seriado de televisão. Em menor quantidade, conheciam ou assistiram ao desenho animado ou leram as histórias em quadrinhos. Alguns respondentes (10 deles) também disseram que conhecem outras versões adaptadas que não estavam listadas. Aos que responderam essa questão, muitos disseram que as histórias em torno do gênero e da própria personagem Sabrina é o que mais chama a atenção no consumo do *webseriado*. O cenário vem ao encontro do que constata Seger (2007), que relata que as adaptações são vitais para o mundo do entretenimento, pois trabalham com um material que já possui um público formado e dá publicidade para a nova obra criada.

Caso *O mundo sombrio de Sabrina* fosse adaptado para o cinema haveria interesse em assistir para 91,1% dos respondentes e 70,2% também gostariam de jogar ou conhecer o game.

Por fim, em relação à dimensão acerca da Publicidade e Propaganda, 154 disseram que a temática de bruxaria e temas similares foi o que mais despertou a atenção na narrativa do trailer; que este evoca uma série de suspense e terror; que tanto o trailer quanto a narrativa do *webseriado* são de boa qualidade; a maioria também disse que trailer expõe fielmente o gênero da ficção seriada; e, por fim, a maioria disse que conhecia o trailer antes de acompanhar a produção da Netflix. Conforme Justo (2010), o trailer é importante para toda obra audiovisual, pois é uma espécie de curta-metragem que se utiliza da linguagem audiovisual articulada com apelos publicitários.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo analisar a percepção dos fãs brasileiros acerca da *webserie O mundo sombrio de Sabrina* (2018 e 2019, primeira e segunda temporada). Os objetivos específicos estavam relacionados a traçar um perfil do público consumidor, identificar elementos que mais chamam a atenção narrativa, verificar o conhecimento do público acerca dos elementos de adaptação e analisar os impactos do trailer da primeira temporada para o consumo da *webserie* em questão.

Como resultado constatou-se que *O mundo sombrio de Sabrina* possui um público jovem e é formado, em sua maioria, por mulheres. Talvez isso esteja relacionado a uma identificação com o próprio perfil de Sabrina na narrativa: mulher e jovem. O consumo do

*webseriado* acontece, na maior parte, pelo *smartphone*, os consumidores comentam com demais pessoas sobre o enredo, eles têm interesse em temas relacionados a bruxaria e afins, além de um prévio conhecimento sobre a personagem em outras narrativas de mídia. Para os fãs, o trailer também é bem produzido e passa a mensagem que a *webseriado* transmite por meio da linguagem da publicidade.

Estudar ficções seriadas produzidas para o consumo em *streaming* e os impactos nos atores sociais na contemporaneidade se torna importante para a área da Comunicação Social para o entendimento desse novo consumo de mídia, assim como, a forma que a publicidade interage com esse público. A personagem Sabrina, apesar de já ser conhecida de outras mídias, se tornou um produto audiovisual com aceitação perante os jovens da atualidade, conforme constatado na pesquisa.

Deixa-se de sugestão, para outros trabalhos, que seja dada continuidade a este estudo com as demais temporadas que estão para ser lançadas; assim como as narrativas audiovisuais anteriores da personagem Sabrina sejam analisadas sob diferentes aspectos, por exemplo, comparadas com a atual produção da Netflix.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTELLANO, Mayka; MEIMARIDIS, Melina. “Netflix, discursos de distinção e os novos modelos de produção televisiva”. **Contemporânea, comunicação e cultura**. v.14, n.2, mai.-ago./2016, p. 193-209.

COSTA, Leonardo Jose; BONA, Rafael Jose. “Das fogueiras ao cinema: representações no filme de animação Paranorman”. In: XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 2017, Caxias do Sul. **Anais...**, Caxias do Sul: Intercom, 2017, p. 1-15. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/sul2017/resumos/R55-0288-1.pdf>>. Acessado em 07/10/2019.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. 7ed. São Paulo: Perspectiva, 2011.



FREITAS, Lucas; LIMA, Sandra. “Da TV para a Netflix: a mudança de estratégia das marcas”. In: XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2016, Caruaru. **Anais...**, Caruaru: Intercom, 2016, p. 1-13. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2016/resumos/R52-0451-1.pdf>>.

Acessado em 07/10/2019.

HERGESEL, João Paulo. “YouTube, Vimeo, Gshow, Netflix, Globo Play e o estilo da websérie de ficção no Brasil”. In: CASTILHO, Fernanda; LEMOS, Ligia P. **Ficção seriada: estudos e pesquisas**. Alumínio: Editora Jogo de Palavras, 2018, p. 133-145.

IMDB. “O mundo sombrio de Sabrina” Disponível em: <[https://www.imdb.com/title/tt7569592/?ref=fn\\_sr\\_1?ref=fn\\_sr\\_1](https://www.imdb.com/title/tt7569592/?ref=fn_sr_1?ref=fn_sr_1)>. Acessado em 01/06/2019.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JUSTO, Máira Ventura de Oliveira. “Trailer: Cinema e publicidade em um só produto”. **Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação**, v.3, n.3, p. 2-17, 2010. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/anagrama/article/view/35438>>. Acessado em 07/10/2019.

KINZEL, Marina Tamiosso. **Propaganda intrusiva versus propaganda interativa: um estudo sobre a Netflix no cenário midiático atual**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2015.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; GÓMEZ, Guillermo Orozco (Org.). **Anuário do Obitel 2018: ficção televisiva Íbero-americana em plataformas de vídeo on demand**. Porto Alegre: Sulina, 2018.

MACHADO, Arlindo. “A narrativa seriada: categorias e modalidades”. In: XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 1999. **Anais...**, Intercom, 1999, p. 1-15. Disponível em:

<<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/07d90b8e1b2f8c50b6db754af1bb3a06.PDF>>.

Acessado em 07/10/2019.

MATOS, Cristina Maria Martins de. “Consumo de ficção seriada: novos modos de ver”. In: Congresso Internacional de Comunicação e Consumo, 2018, São Paulo. **Anais...**, São Paulo: ESPM, 2018, p. 1-13.

MORAES, Jader. “A exposição da história como apelo em trailers: a retórica dos trailers para Facebook de American Horror Story, Asylum”. **Temática**, ano XV, n.1, jan./2019, p. 112-127.

NOGUEIRA, Luís. **Manuais de cinema I: laboratório de guionismo**. Covilhã: LabCom Books, 2010.

NORTON, Isabela; FERREIRA, Soraya. “Netflix, TV expandida e reconfiguração estética na série 3%”. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba. **Anais...**, Curitiba: Intercom, 2017, p. 1-14. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0115-1.pdf>>. Acessado em 07/10/2019.

OKA, Camila de Moraes. **Consumo de ficção seriada e o modelo Netflix no Brasil**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2017.

PEREIRA, Maria Eduarda Pessoa Baptista; BONA, Rafael. “Entre o cinema e os anos de 1980: a percepção das relações intertextuais da primeira temporada de Stranger things pelos jovens espectadores brasileiros”. **Temática** – Revista eletrônica de publicação mensal, v. 2, fev./2018, p. 97-112.

RAMOS, Eutália; NEVES, Dorneles. “Estrutura narrativa seriada para web a partir da análise da websérie Elemento”. **Temática** – Revista eletrônica de publicação mensal, ano XII, n.2, fev./2016, p. 85-101.

SEGER, Linda. **A arte da adaptação**: como transformar fatos e ficção em filme. São Paulo: Bossa Nova, 2007.

SOARES, Marcelle Pacheco. “A mudança na narrativa das séries de TV: uma análise de Arrested Development na Netflix”. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba. **Anais...**, Curitiba: Intercom, 2017, p. 1-15. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0109-1.pdf>>. Acessado em 07/10/2019.