



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I CAMPINA GRANDE - PB
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA
UNIDADE ACADÊMICA DE ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

CAROLINE SILVA DE SOUZA

**SIMPSONIZADOS: UM ESTUDO SOBRE O PODER DOS FÃS NO
UNIVERSO DA FRANQUIA THE SIMPSONS**

Campina Grande
2024

CAROLINE SILVA DE SOUZA

**SIMPSONIZADOS: UM ESTUDO SOBRE O PODER DOS FÃS NO
UNIVERSO DA FRANQUIA THE SIMPSONS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Programa de Graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Profª. Dra. Ohana Trajano Barbosa

Campina Grande
2024

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto em versão impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que, na reprodução, figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S729s Souza, Caroline Silva de.

Simpsonizados: um estudo sobre o poder dos fãs no universo da franquia the simpsons [manuscrito] / Caroline Silva de Souza. - 2024.

104 f. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2024.

"Orientação : Prof. Dra. Ohana Trajano Barbosa, Departamento de Administração e Economia - CCSA".

1. Marketing. 2. Cultura de fãs. 3. The Simpsons. 4. Convergência midiática. I. Título

21. ed. CDD 658.8

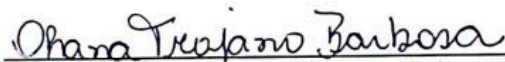
CAROLINE SILVA DE SOUZA

**SIMPSONIZADOS: UM ESTUDO SOBRE O PODER DOS FÃS NO
UNIVERSO DA FRANQUIA THE SIMPSONS**

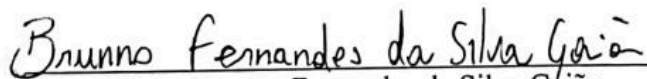
Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Programa de Graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovada em: 18 / 11 / 2024.

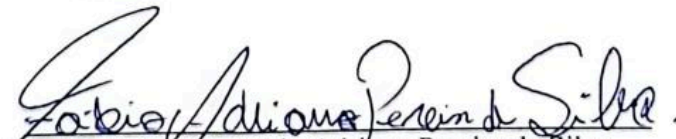
BANCA EXAMINADORA



Profª. Dra. Ohana Trajano (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Dr. Bruno Fernandes da Silva Gaião
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof. Mestre. Fábio Adriano Pereira da Silva
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

AGRADECIMENTOS

“Quem diria que ler e escrever um dia serviriam para alguma coisa.”— Homer Simpson, *Os Simpsons*

Esse sentimento de alívio e realização define a conclusão deste trabalho, que é muito mais do que uma monografia; é o reflexo de uma jornada marcada por desafios, superação e um profundo aprendizado sobre mim mesma. Foram muitas as vezes em que duvidei das minhas capacidades, em que a insegurança quase falou mais alto, mas foi a minha teimosia, o desejo de provar para mim mesma que eu conseguiria, que me trouxe até aqui. Agradeço profundamente aos meus colegas de turma, que foram pacientes, acolhedores e me aceitaram como sou, com todas as minhas singularidades. Eles enxergaram qualidades que eu mesma desconhecia, oferecendo uma amizade e uma camaradagem que me fizeram perceber que sou mais do que eu achava ser. Com eles, aprendi o verdadeiro significado do apoio mútuo e da força coletiva.

Meus sinceros agradecimentos também a alguns professores que, ao longo do curso, foram verdadeiras fontes de inspiração e motivação. Eles acreditaram em mim mesmo quando eu mesma não acreditava e, muitas vezes, foram o motivo que me fez sair de casa. Em especial, minha gratidão eterna à Professora Sandra Maria Araújo de Souza, que foi muito mais que uma professora: foi um porto seguro em meus momentos mais difíceis. Nunca esquecerei o abraço acolhedor dela quando eu acreditava que nada mais poderia me confortar. Agradeço também a Ohana Trajano, que aceitou o desafio de ser minha orientadora e confiou em mim desde o primeiro momento, mesmo quando tudo parecia estar incerto. Sua confiança me fez acreditar que seria possível chegar até aqui. Ter Ohana como orientadora foi um presente, e sou grata pela paciência, compreensão e apoio, mesmo sabendo que não é fácil estar ao meu lado nesse papel.

Agradeço à banca, composta pelo Prof. Dr. Brunno Fernandes da Silva Gaião e pelo Prof. Mestre Fábio Adriano Pereira da Silva, que aceitaram o convite para estar aqui e compartilhar suas visões e contribuições, enriquecendo ainda mais essa etapa da minha vida.

Meus maiores tesouros – meus cachorros e gatos, BMO, Lothar, Faruk, Slash e Kuririn – merecem um agradecimento especial. Eles foram muito mais que simples companheiros; foram a minha âncora, minha rede de apoio silenciosa e constante. Em momentos de solidão e dúvida, a companhia deles me trazia uma paz única, como se soubessem exatamente o que eu estava sentindo. Nos momentos mais desafiadores, eles estavam ao meu lado, como se

dissessem silenciosamente que tudo ficaria bem. São eles que me ensinam, todos os dias, a importância do carinho, da lealdade e da paciência. O amor incondicional que recebo de cada um deles é uma das maiores razões para eu seguir em frente em tudo o que faço.

A minha família, que me apoiou à sua maneira, sou muito grata. Cada um deles, com suas particularidades e jeitos de demonstrar amor, contribuiu para que eu pudesse estar onde estou. Foram eles que me ensinaram os valores e as lições que carrego comigo. É com profundo carinho que agradeço por todo o suporte e por tudo que aprendi ao longo dessa trajetória.

Rafael de Souza Gonçalves, meu companheiro de quase uma década, merece um espaço especial nesses agradecimentos. Ao longo desses anos, ele tem sido meu parceiro em todas as lutas e minhas conquistas. Com ele, compartilho não apenas a rotina, mas também meus sonhos, minhas fraquezas e minha essência. É ele quem está ao meu lado, nas vitórias e, principalmente, nos momentos mais desafiadores, com uma paciência e compreensão que eu nunca imaginava que alguém pudesse ter. Rafael é a pessoa que, mesmo nas horas mais difíceis, encontra uma maneira de me fazer sorrir. Este trabalho é, também, um reflexo do apoio e do incentivo que ele sempre me deu. Rafael, obrigada por estar ao meu lado em todos os momentos, por compartilhar cada pedaço dessa jornada e por me fazer acreditar que tudo é possível quando se tem alguém como você ao lado.

Não posso deixar de expressar minha gratidão a Raquel da Silva Guedes, minha melhor amiga, irmã de alma e parceira de vida. Ela é aquela pessoa que, com um simples olhar, sabe exatamente como estou e o que estou pensando. Raquel é o tipo de amiga que nos momentos de maior dúvida sempre me enxergou como alguém capaz, alguém muito maior do que eu mesma conseguia ver. Ela sempre foi a voz que me motivava a seguir em frente, a pessoa que acreditava em mim, mesmo quando eu estava prestes a desistir. Raquel, obrigada por cada palavra de incentivo, por cada conselho e por ser uma presença constante e inabalável na minha vida. Não tenho dúvidas de que você foi uma das razões que me fizeram chegar até aqui, e sou eternamente grata por cada momento ao seu lado.

A todos vocês, minha mais sincera gratidão.

“Our lives are not defined by anyone action, our lives are the sum of our choices. Everything you were, everything you've done, has come to this. When the need for certainty is absolute, and the odds are deemed impossible, the mission falls to him.”

(Missão Impossível: The Final Reckoning, Teaser, 2024)

RESUMO

A Cultura de Fãs tem se consolidado como um fenômeno central na era digital, remodelando as formas de consumo e interação entre público e franquias de entretenimento, particularmente em animações icônicas como The Simpsons. Este estudo pretende analisar, sob uma abordagem qualitativa, a influência da Cultura de fãs nas narrativas e estratégias de marketing e no desenvolvimento da série The Simpsons. Para isso, a metodologia aplicada integra a Análise de Discurso e a Netnografia, explorando a interação entre fãs e a série em fóruns online, redes sociais e plataformas de streaming. A coleta de dados inclui episódios de The Simpsons considerados relevantes por refletirem temas culturais e sociais, discussões em podcasts como “Eu Te Amo, Dr. Zaius”, entrevistas e reportagens sobre personagens emblemáticos e controversos, como Apu, além de materiais que exploram o fenômeno da Duff Beer. Essa combinação metodológica permitiu analisar a influência cultura de fãs nas narrativas e estratégias de marketing e no desenvolvimento da série The Simpsons, observando como os fãs reinterpretem, expandem e ressignificam aspectos da série, enquanto discutem em espaços digitais a cada episódio, personagem e tema. Os principais resultados indicam que a Cultura de Fãs não apenas amplia o vínculo afetivo e a fidelidade do público, mas também desafia os limites de controle narrativo da marca, evidenciando a necessidade de uma gestão equilibrada entre o engajamento dos fãs e a identidade da série. Embora essa participação ativa reforce o valor cultural de The Simpsons e promova sua difusão, também cria dilemas para a produção e manutenção da autenticidade, especialmente frente ao uso de estereótipos e à diversidade de interpretações que a série suscita. Conclui-se que o papel dos fãs como cocriadores oferece oportunidades valiosas para a franquia, mas exige cuidados estratégicos para sustentar uma relação produtiva e alinhada aos valores e à longevidade da marca.

Palavras-chave: Cultura de Fãs; The Simpsons; marketing; convergência midiática.

ABSTRACT

Fan culture has established itself as a central phenomenon in the digital age, reshaping the ways audiences consume and interact with entertainment franchises, particularly iconic animations like *The Simpsons*. This study aims to analyze, using a qualitative approach, the influence of fan culture on the narratives, marketing strategies, and development of *The Simpsons*. To achieve this, the applied methodology combines Discourse Analysis and Netnography, examining interactions between fans and the series on online forums, social media, and streaming platforms. Data collection includes episodes of *The Simpsons* deemed relevant for reflecting cultural and social themes, discussions in podcasts such as “Eu Te Amo, Dr. Zaius,” interviews, and reports on emblematic and controversial characters like Apu, as well as materials exploring phenomena like Duff Beer. This methodological combination enabled an in-depth investigation of how fan culture influences the narratives, marketing strategies, and overall development of *The Simpsons*, highlighting how fans reinterpret, expand, and redefine aspects of the series while actively discussing each episode, character, and theme in digital spaces. The main findings indicate that fan culture not only deepens the emotional bond and loyalty of the audience but also challenges the boundaries of the brand’s narrative control, underscoring the need for a balanced management strategy between fan engagement and the series’ identity. While this active participation reinforces the cultural value of *The Simpsons* and promotes its dissemination, it also creates dilemmas for production and the maintenance of authenticity, particularly in relation to the use of stereotypes and the diversity of interpretations the series elicits. The study concludes that fans’ role as co-creators offers valuable opportunities for the franchise but demands strategic care to sustain a productive relationship aligned with the brand’s values and longevity.

Keywords: Fan Culture; *The Simpsons*; marketing; media convergence.

LISTA DE IMAGENS

Figura 1 Entre o sofá e a tela	44
Figura 2 Home Page da Wiki Fandom The Simpsons	65
Figura 3 O Marketing da série	75
Figura 4 Quebra da 4ª parede. "No Good Read Goes Unpunished - Ep15 TP 29"	80

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Coleta de Dados	31
Quadro 2: Análise de Dados	32
Quadro 3: Episódios de The Simpsons Selecionados para Análise	33
Quadro 4: Análise do Podcast Eu Te Amo, Dr. Zaius	36
Quadro 5: Episódios Escutados para Contexto Adicional (não utilizados diretamente)	37

SUMÁRIO

1.INTRODUÇÃO.....	11
1.1 Objetivos do Estudo.....	16
1.1.1 Objetivo Geral.....	16
1.1.2 Objetivos Específicos.....	16
1.2 Justificativa do Estudo.....	17
2.FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	19
2.1 - Novas Dinâmicas do Consumo Cultural.....	19
2.2 - Cultura De Fãs E Fandom.....	20
2.3 - Mídia Convergente e Marketing Digital.....	23
2.4 - Participação e Colaboração no Consumo Digital.....	25
3.METODOLOGIA.....	29
4.ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	41
4.1 - A Origem e a Influência dos Fãs na Evolução do Sofá Laranja	43
4.1.1 Dos Rascunhos à Tela: A Jornada de Criação dos Episódios de Springfield.....	47
4.1.2 Entre Donuts e Diálogos: A Transformação de The Simpsons na Era dos Fãs...	52
4.1.3 Springfield Sob Demanda: Quando Fãs Viram Criadores e o Marketing Vira Jogo.....	57
4.2 - Ser ou Não Ser Fã? Eis a Questão Além do Consumo.....	64
4.2.1 Entre Ídolos e Ícones: A Fandomania de Springfield.....	65
4.2.2 - De Fã pra Frente: A Convergência Cultural em Cena.....	68
4.2.3 - O Fator Fã: Ampliando Horizontes e Fidelizando Gerações.....	71
4.3 - O Poder ao Povo Amarelo: Transmídia e Marketing na Era do Fandom.....	73
4.3.1 De Telespectador a Embaixador: Fandom e Marketing na Era do Prosumer.....	77
4.3.2 Entre Brindes e Limites: O Fã como Público e Cocriador.....	84
4.3.3 Equilibrando o Jogo: Entre Expectativas dos Fãs e a Integridade da Marca.....	89
5.CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	93
REFERÊNCIAS.....	98

1 INTRODUÇÃO

Na sociedade contemporânea, a Cultura de Fãs vem se tornando uma força expressiva e dinâmica, desempenhando um papel essencial na indústria de mídia e entretenimento, essa Cultura pode ser entendida como o engajamento ativo e criativo dos admiradores, que além de consumir, também colaboram e cocriam conteúdos sobre obras ou marcas, fortalecendo sua relevância cultural. Em vez de se limitarem ao consumo passivo de produtos culturais, os fãs são agora participantes ativos na promoção e expansão das marcas, contribuindo significativamente para a construção de narrativas e para o fortalecimento de comunidades engajadas ao redor de obras midiáticas. Esse envolvimento resulta em um fenômeno de cocriação, processo colaborativo em que consumidores e empresas trabalham juntos na criação de produtos, serviços ou conteúdos, agregando valor mútuo, onde os limites entre produtor e consumidor tornam-se menos evidentes, e o público passa a ter influência direta no percurso de produtos e franquias. Henry Jenkins¹ (2022), um dos principais teóricos da Cultura de Fãs, define esse fenômeno como parte do que ele chama de "Cultura de Convergência", trata-se de um conceito no qual Henry Jenkins descreve a integração entre mídias e a participação ativa dos consumidores na criação e circulação de conteúdo, promovendo interações entre produtores e públicos, nas palavras do autor, "Convergência é entendida aqui como um processo contínuo ou uma série contínua de interstícios entre diferentes sistemas de mídia, não uma relação fixa.", em outras palavras, podemos dizer que não se trata apenas de uma simples mudança de tecnologia, mas pode ser entendida como um processo de caráter cultural que redefine como o público passa a se relacionar com as narrativas apresentadas.

No contexto dessa convergência cultural, o novo "consumidor" não apenas consome, mas também interage, compartilha e redefine conteúdos, transformando-se em um ator indispensável na disseminação e sustentação da relevância das marcas. "The Simpsons²", a icônica série animada que começou em 1989, é um dos exemplos desse fenômeno. Ao longo de mais de três décadas, a série não só alcançou um público global, mas também inspirou uma

¹Henry Jenkins é um acadêmico e teórico da comunicação, conhecido por seus estudos sobre cultura da convergência, cultura da conexão, cultura de fãs, transmídia e cultura participativa.

²The Simpsons é uma série animada criada por Matt Groening em 1989, que satiriza a vida americana por meio das aventuras da família Simpson.

base de fãs altamente engajada que continuamente contribui para o desenvolvimento e para a expansão do universo da série. Com isso podemos dizer que *The Simpsons* se tornou mais do que uma simples série de TV; transformou-se em um fenômeno cultural graças à habilidade de seu fandom em interpretar e expandir suas temáticas, o fandom é uma comunidade de fãs que compartilha interesse intenso ou por uma obra, personagem ativamente em discussões e criações sobre o assunto. Esse evento mostra como o poder e a criatividade dos fãs, amplificam as fronteiras da narrativa, transformando um produto de entretenimento em um marco cultural e social.

A atuação ativa dos fãs ocorre principalmente por meio das plataformas digitais, onde comunidades dedicadas criam, discutem e compartilham conteúdos diversos que exploram novas perspectivas sobre personagens e as histórias das séries. Memes³, Fanfics⁴, teorias, paródias e ilustrações são alguns dos meios pelos quais os fãs expressam sua devoção e criam narrativas alternativas. Um exemplo de fanfic que podemos citar de *Senhor dos Anéis*⁵ poderia explorar a história de Arwen e Aragorn⁶ nos anos anteriores à Guerra do Anel, um período que J.R.R. Tolkien⁷ não detalha profundamente. A narrativa poderia imaginar o momento em que eles se conheceram e os desafios que enfrentaram para manter seu relacionamento, incluindo as pressões de Elrond para que Arwen permanecesse entre os elfos e as responsabilidades de Aragorn em seu caminho para se tornar rei. Essa prática gera uma relação de simbiose entre a série e seus espectadores, onde a história original é continuamente enriquecida, reformulada e apresentada de outra forma em um ciclo interminável de interpretação e ressignificação. Jenkins (2022) define a cultura participativa como, “cultura em que fãs e outros consumidores são convidados a participar ativamente da criação e da circulação de novos conteúdos.” (JENKINS, 2022, p. 380), o que implica em uma dinâmica colaborativa onde o conteúdo transcende os limites iniciais definidos pela produção.

Essa nova forma de contato reflete mudanças significativas nas relações entre marcas e consumidores no ambiente digital. Com a proliferação das redes sociais, fóruns e

³ Memes são conteúdos visuais, textuais ou audiovisuais, geralmente humorísticos, que se espalham rapidamente nas redes sociais, refletindo e satirizando comportamentos, idéias ou eventos culturais.

⁴ Fanfics (ou fanfiction) são histórias criadas por fãs, que utilizam personagens, universos ou temas de obras originais, como séries, filmes ou livros, para desenvolver narrativas alternativas, expandir tramas ou explorar situações imaginárias, geralmente compartilhadas online.

⁵ O *Senhor dos Anéis* é uma famosa trilogia de fantasia épica escrita por J.R.R. Tolkien, composta por *A Sociedade do Anel*, *As Duas Torres*, e *O Retorno do Rei*. A obra acompanha a jornada do hobbit Frodo e seus companheiros para destruir o Anel do Poder e combater as forças do mal lideradas por Sauron, explorando temas de amizade, coragem e sacrifício.

⁶ Arwen, elfa imortal, e Aragorn, herdeiro humano de Gondor, vivem um amor marcado por sacrifício e união entre elfos e humanos em *O Senhor dos Anéis*.

⁷ J.R.R. Tolkien foi um escritor, poeta e professor britânico, autor de *O Senhor dos Anéis* e *O Hobbit*, considerado o pai da literatura de fantasia moderna.

plataformas de compartilhamento, os fãs ganharam voz, poder e alcance para participar cada vez mais ativamente na definição e na difusão da marca ou produto. Em vez de uma comunicação de via única, onde as empresas controlam o conteúdo e o público apenas o consome, hoje as organizações encontram-se em um ambiente colaborativo e dinâmico, no qual seus consumidores participam de forma direta na criação de significados. Como exemplificado,

“A conectividade também transforma o modo como vemos a concorrência e os consumidores. Atualmente, a colaboração com os concorrentes e a cocriação com clientes são fundamentais. A concorrência não é mais um jogo de soma zero. Os clientes não são mais receptores passivos de ações de segmentação, direcionamento e posicionamento de uma empresa. A conectividade acelera a dinâmica dos mercados a ponto de ser praticamente impossível para uma empresa ficar sozinha e depender apenas dos recursos internos para ser bem-sucedida.” (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017, p. 34-35).

Em *The Simpsons*, essa prática se manifesta de maneira especial: os fãs ajudam a manter a série relevante, reinterpretando eventos, personagens e temas para adaptá-los a novos contextos sociais e culturais. Essa contribuição espontânea aumenta a vida útil e o apelo da série, garantindo que ela permaneça culturalmente relevante mesmo após décadas de exibição.

No entanto, enquanto essa nova relação oferece oportunidades para o fortalecimento das marcas e uma conexão mais profunda com o público, ela também impõe desafios significativos. Ao permitir que os fãs participem ativamente na criação e no compartilhamento de conteúdo, as empresas enfrentam a tarefa de gerenciar a autonomia e a liberdade criativa dessa comunidade, especialmente quando suas interpretações divergem da visão original da marca. Em muitos casos, essa liberdade resulta em conteúdos que exploram temas controversos ou que distorcem o conteúdo original de maneira que podem impactar a imagem da organização. Como veremos mais adiante, o personagem Apu Nahasapeemapetilon⁸, da série *The Simpsons*, objetivo de análise do presente estudo, trouxe à tona debates sobre estereótipos e representatividade cultural, pressionando os produtores a reconsiderar a forma como certos aspectos da série eram retratados. Esse caso específico revela as complexas

⁸Apu Nahasapeemapetilon é o personagem indiano dono do Kwik-E-Mart em *The Simpsons*, cuja representação gerou debates sobre estereótipos culturais.

interações que surgem na Cultura de Fãs e a necessidade de um equilíbrio entre o engajamento dos espectadores e a preservação da imagem e dos valores da organização.

Dessa forma, uma análise sobre a Cultura de Fãs e sua relação com as empresas e seus produtos, revela um panorama no qual o público transcende seu papel de espectador ou de um simples consumidor passivo, passando a ser uma extensão do processo criativo e um agente ativo na comunicação e manutenção da marca. Essa nova dinâmica reconfigura as estratégias de marketing, criando um cenário onde a interação e a cocriação são elementos centrais, e o equilíbrio entre autonomia e controle torna-se essencial para que a instituição se beneficie dessa relação de maneira sustentável e estratégica.

A luz do exposto problema central deste estudo pode ser sintetizado na seguinte questão: **Como a Cultura de Fãs influencia na produção e nas estratégias de marketing na franquia de animação The Simpsons?** Embora a participação ativa dos fãs nas estratégias de marketing e na coprodução⁹ ofereça benefícios substanciais, como aumento de visibilidade e engajamento orgânico, ela também apresenta desafios significativos. As interpretações e criações não autorizadas dos fãs, por exemplo, podem gerar conflitos com a visão original dos produtores, alterando a percepção pública e, em alguns casos, forçando as empresas a adaptar ou reformular aspectos de suas estratégias de comunicação. Nos últimos anos, a cultura de fãs tornou-se uma força poderosa, moldando o modo como grandes franquias de mídia, como The Simpsons, interagem com seu público e desenvolvem novas narrativas e produtos. Esses fãs não são apenas consumidores; eles se tornam embaixadores, defensores e, muitas vezes, cocriadores, gerando conteúdo e fortalecendo o universo da franquia. Essa interação contínua com os fãs cria uma dinâmica única entre marca e público, oferecendo oportunidades e, ao mesmo tempo, apresentando desafios.

A estrutura deste trabalho é dividida em três grandes seções que abordam, em profundidade, os principais aspectos da Cultura de Fãs e sua implicação no marketing. A primeira seção, intitulada "A Origem e a Influência dos Fãs na Evolução do Sofá Laranja", apresenta um panorama histórico da série, explorando sua evolução ao longo dos anos e a influência do contexto cultural e social na sua construção narrativa. Esta seção inclui uma análise do processo de produção, criação e pós-produção dos episódios, destacando as mudanças e adaptações que a série sofreu ao longo do tempo para manter sua relevância cultural. Considera-se a interação da série com sua base de fãs e as respostas dos criadores às demandas e expectativas do público, ressaltando como a Cultura de Fãs influencia

⁹ Coprodução é a colaboração entre diferentes partes (como fãs e produtores) para criar ou desenvolver conteúdo, produtos ou experiências.

diretamente as decisões criativas e estratégicas da série. Este capítulo se encerra com uma análise do influencia exercida pelos fãs no desenvolvimento de novas estratégias de marketing da franquia, exemplificando como a participação deles se converte em uma força que impulsiona a marca.

A segunda seção, "Ser ou Não Ser Fã? Eis a Questão Além do Consumo", examina o conceito de fã e de fandom, explorando as motivações e o surgimento do comportamento de fã. Esta seção explora a transformação do consumidor em um agente ativo, capaz de influenciar e moldar a imagem de uma marca através de sua participação e engajamento em plataformas digitais e nos demais canais de comunicação. São discutidos os conceitos de "fandom" e "cultura da convergência", propostos por autores como Jenkins (2022), que descrevem o fandom como um espaço de produção e circulação de significados, onde os fãs se tornam cocriadores e coautores da narrativa. Essa transformação do fã em prosumer, termo que combina "produtor" e "consumidor", referindo-se a consumidores que participam ativamente da criação ou modificação de produtos e conteúdos, influenciando diretamente o mercado e as marcas, é central para a compreensão da Cultura de Fãs no marketing digital, pois redefine o papel do consumidor na construção de valor para a marca.

A terceira seção, intitulada "Cultura Participativa", esse conceito descreve o engajamento ativo de indivíduos na criação, compartilhamento e colaboração em conteúdos e produtos culturais, permitindo que sejam não apenas consumidores, mas também cocriadores e influenciadores, o consumidor como cocriador, explora as dinâmicas de cocriação e prosumerismo, que se trata de conceito que une as palavras "produtor" e "consumidor" e se refere a indivíduos que, além de consumir, participam ativamente na criação e modificação de produtos e serviços, influenciando e cocriando com as marcas, discutindo como a Cultura Participativa possibilita a participação do público como coautor e expande o universo narrativo da marca. Nesta seção, abordam-se as táticas de marketing digital que se valem dos fãs para ampliar e consolidar a marca. Contudo, ao mesmo tempo, exigem que as empresas definam limites e orientações para assegurar a manutenção da identidade e dos princípios da marca. A abordagem transmidiática¹⁰, que se utiliza de múltiplas plataformas para contar uma mesma história, é analisada como uma estratégia que favorece a criação de uma experiência integrada para o consumidor, promovendo um engajamento mais profundo e duradouro. Ao final desta seção, são discutidos os desafios e limites da autonomia dos fãs, considerando a

¹⁰ Transmidiática refere-se à prática de desenvolver uma narrativa que se expande por múltiplas plataformas de mídia, cada uma contribuindo de forma única para o entendimento completo da história.

necessidade de uma gestão cuidadosa para evitar que as interpretações e criações deles comprometam a imagem da marca.

Ao longo deste trabalho, será discutido como a Cultura de Fãs, embora seja uma força poderosa para o engajamento e a promoção da marca, apresenta desafios significativos que exigem uma gestão estratégica e cuidadosa. No caso de *The Simpsons*, a série é utilizada para exemplificar os benefícios e as limitações dessa relação, mostrando como a participação ativa dos fãs pode fortalecer a marca, mas também gerar conflitos de identidade e imagem. A partir de uma avaliação crítica e embasada, esta pesquisa visa aprofundar a compreensão das novas interações entre marcas e consumidores no cenário do marketing digital, proporcionando uma visão detalhada sobre a importância do fã moderno na criação e na manutenção da identidade das marcas. Portanto, o objetivo deste estudo é oferecer uma fundamentação teórica e prática para profissionais e acadêmicos do campo do marketing, comunicação e cultura de mídia, oferecendo perspectivas sobre como administrar e balancear a participação dos fãs na era digital, sem prejudicar a essência e os princípios das marcas.

1.1 Objetivos do Estudo

O presente estudo apresenta objetivos que foram delineados com o intuito de analisar a intervenção dos fãs como participantes ativos na criação e difusão das marcas, explorando as oportunidades de engajamento e os limites necessários para a gestão eficaz dessa interação.

1.1.1 Objetivo Geral

Analisar a influência da Cultura de Fãs nas narrativas e estratégias de marketing na franquia de animação *The Simpsons*.

1.1.2 Objetivos Específicos

Investigar a evolução da Cultura de Fãs no ambiente digital, analisando como essa transformação tornou os fãs participantes ativos e cocriadores, influenciando diretamente sua relação com grandes franquias e marcas.

Avaliar os benefícios do engajamento dos fãs para grandes franquias, observando como a Cultura de Fãs contribui para fortalecer a marca, ampliar sua visibilidade e aumentar a fidelidade do público.

Identificar os desafios e limitações na relação entre fãs e marcas, considerando as dificuldades que as empresas enfrentam para manter a integridade da marca e ao mesmo tempo respeitar a autonomia criativa dos fãs.

1.2 Justificativa do Estudo

A realização deste estudo justifica-se pela crescente relevância da Cultura de Fãs no cenário contemporâneo de marketing digital, onde a participação ativa dos consumidores tem transformado radicalmente as relações entre público e marca. No contexto atual, as redes sociais e as plataformas digitais conferiram aos consumidores um papel ativo e engajado, tornando-os parte essencial na disseminação e no desenvolvimento das marcas. Kotler, Kartajaya e Setiawan¹¹ (2017) argumentam que “a conectividade acelera a dinâmica dos mercados a ponto de ser praticamente impossível para uma empresa depender apenas dos recursos internos para ser bem-sucedida” (KOTLER, KAERTAJAYA, SETIAWAN, 2017, p. 34-35), destacando que a colaboração com os consumidores é um dos fatores mais cruciais para a sustentabilidade das organizações. Essa perspectiva reflete uma mudança profunda no campo do marketing, que, antes focado em uma comunicação unilateral, se vê hoje em um ambiente colaborativo e dinâmico, onde os fãs participam diretamente na construção de significados e na ampliação do universo de uma marca.

Na esfera acadêmica, o estudo contribui para o avanço de um campo que, apesar de sua importância crescente, ainda carece de investigações aprofundadas sobre os efeitos da cocriação de conteúdo pelos fãs na imagem e na identidade das marcas. A Cultura de Fãs tornou-se um fenômeno de destaque na comunicação digital e em estudos sobre a convergência de mídia. Henry Jenkins (2022) explica que essa cultura “representa um processo onde o consumidor se torna parte integrante do desenvolvimento de conteúdo e da expansão das narrativas” (JENKINS, 2022, p. 379), caracterizando o fã como um recurso estratégico fundamental para o sucesso das organizações que conseguem alinhar suas estratégias com o engajamento e a criatividade dos consumidores. Esse campo de estudo, ao explorar como o público influencia e molda as narrativas e o alcance de uma marca, oferece uma compreensão crítica sobre os limites e as oportunidades que surgem ao integrar o consumidor como cocriador.

¹¹ Philip Kotler, Hermawan Kartajaya e Iwan Setiawan são coautores de importantes obras sobre marketing, incluindo *Marketing 3.0*, *Marketing 4.0*, e *Marketing 5.0*.

Em termos práticos, esta pesquisa oferece insights¹² importantes para profissionais de marketing, gestores de marcas e comunicadores que buscam estratégias inovadoras para otimizar a relação com seu público. No ambiente digital, a Cultura de Fãs representa uma oportunidade poderosa para que as marcas ampliem sua visibilidade e criem uma conexão emocional duradoura com os consumidores. De acordo com Castro¹³ (2013), “ter clientes é para os fracos; o que importa é ter fãs” (CASTRO, 2013, p. 1), sublinhando que, mais do que vender produtos, o objetivo de muitas marcas é criar um público emocionalmente envolvido, que atue como defensor e amplificador espontâneo da marca. Nesse sentido, os fãs se tornam embaixadores informais, compartilhando conteúdos e gerando engajamento orgânico, o que fortalece o reconhecimento e a presença da marca em diversas plataformas.

Contudo, a relação com o público cocriador também traz desafios específicos que as empresas precisam aprender a gerenciar. Uma marca que permite maior liberdade aos fãs para cocriar conteúdos e expandir a narrativa de seus produtos ou serviços também enfrenta o risco de interpretações divergentes ou de conflitos com a identidade e a visão original da empresa. Portanto, entender o equilíbrio necessário entre liberdade criativa e diretrizes de marca torna-se essencial para que essa relação seja produtiva e beneficie ambos os lados. Este estudo pretende colaborar para o desenvolvimento de diretrizes práticas que auxiliem marcas e profissionais de comunicação a engajar e administrar de maneira eficaz o relacionamento com fãs cocriadores, proporcionando insights que ajudem a conciliar a participação ativa dos fãs com a integridade e os valores fundamentais das marcas.

Ao considerar a influência da Cultura de Fãs em franquias como *The Simpsons*, este estudo visa ampliar o entendimento de como a participação ativa dos fãs pode tanto beneficiar quanto desafiar a imagem e as estratégias de marketing das marcas. Esse contexto destaca a relevância de uma abordagem estratégica que valorize a autonomia dos fãs e, ao mesmo tempo, mantenha o controle sobre os elementos centrais da identidade da marca. Dessa forma, esta pesquisa se posiciona não apenas como uma contribuição para a academia, mas também como um guia prático e teórico para a gestão da relação com os fãs em um ambiente de marketing cada vez mais participativo e conectado.

¹² Insights são compreensões ou percepções súbitas e profundas sobre algo.

¹³ Gisela G. S. Castro é uma pesquisadora brasileira em comunicação e consumo cultural, destacando-se nos estudos sobre cultura de fãs e comportamento do consumidor, explorando o engajamento dos fãs como participantes ativos nas estratégias de marketing das marcas.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 - Novas Dinâmicas do Consumo Cultural

Na era digital, o consumo e a produção de conteúdo cultural passaram por transformações significativas, configurando um ambiente onde consumidores se tornam participantes ativos e engajados. Nesse contexto, os conceitos de Cultura da Convergência, Cultura de Fãs, Marketing Digital, Cultura Participativa, Cultura da Conexão¹⁴, Prosumer e Consumo Colaborativo¹⁵ emergem como pilares centrais para entender as novas dinâmicas de interação entre mídias, marcas e público. Henry Jenkins é um dos principais teóricos a abordar essas temáticas, como ele ressalta em sua fala:

“Bem-vindo à cultura da convergência, onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras inseparáveis” (JENKINS, 2022, p. 31),

evidenciando que essa transformação não é meramente tecnológica, mas também cultural.

A Cultura da Convergência envolve a interseção de diferentes plataformas midiáticas, facilitando a expansão de narrativas e a criação de experiências transmidiáticas. Esse conceito, como destacado por Jenkins, não é apenas um fenômeno de adaptação, mas uma transformação profunda que redefine a forma como histórias são contadas e consumidas. Em paralelo, a Cultura de Fãs, ou fandom, emerge como uma força motriz nesse ambiente, ao criar uma relação simbiótica com os conteúdos culturais, onde os seguidores vão além de meros espectadores, tornando-se também criadores e cocriadores.

O Marketing Digital desempenha um papel crucial ao estabelecer uma comunicação direta e interativa com os consumidores, Kotler e Keller¹⁶ (2018), afirmam que o marketing digital oferece oportunidades sem precedentes para criar relacionamentos personalizados e de longo prazo com os consumidores. Nesse cenário, a Cultura Participativa se configura como um espaço onde o público tem a oportunidade de interagir e contribuir para a criação de conteúdos, reforçando o engajamento e promovendo a cocriação. Jenkins destaca que,

“A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos

¹⁴ Cultura da Conexão é um conceito desenvolvido por Henry Jenkins, Joshua Green e Sam Ford, que explora como a mídia digital facilita interações e engajamentos profundos entre consumidores e marcas, destacando o papel do público como participantes ativos na construção e propagação de conteúdos e valores culturais.

¹⁵ O consumo colaborativo é um modelo de compartilhamento de bens e serviços em que indivíduos utilizam recursos de forma coletiva, trocando, alugando ou emprestando em vez de comprar novos produtos.

¹⁶ Philip Kotler e Kevin Lane Keller são renomados especialistas em marketing, conhecidos por suas contribuições para o entendimento estratégico do marketing e desenvolvimento de marca, especialmente através de sua obra conjunta *Administração de Marketing*, que se tornou referência na área.

agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais.” (JENKINS, 2022, p. 32),

indicando uma democratização do acesso e da produção de conteúdo.

A Cultura da Conexão aprofunda essas interações, ao transformar o público em um agente ativo, que compartilha e influencia a disseminação de conteúdo de maneira constante e em tempo real. Jenkins e colaboradores (2022) enfatizam que o engajamento de mídia envolve não apenas o consumo, mas a interação, compartilhamento e transformação de conteúdo. Com o advento das novas tecnologias, surge a figura do Prosumer, um consumidor que também atua como produtor, moldando o conteúdo e colaborando na criação de novos produtos e experiências. Observamos que o prosumer deixa de ser ‘mero’ receptor de produtos fabricados em massa para assumir o papel de coprodutor, evidenciando a dissolução das barreiras entre consumo e produção.

Adicionalmente, o Consumo Colaborativo ganha destaque como uma prática que ressignifica as relações de consumo, promovendo a troca e a reutilização de bens e serviços.

“Esse modelo de consumo não incentiva a necessidade de ter algo, desde que você tenha acesso ao que deseja, através de comunidades virtuais ou de uma rede de informações. Seus princípios são a colaboração e compartilhamentos. Traz uma perspectiva de consumo mais consciente e interativo, onde os consumidores participam ativamente da troca e compartilhamento de recursos” (ANDRADE; BASTOS, 2023, p. 154).

Essa abordagem incentiva uma relação de maior cooperação entre os consumidores e contribui para uma economia mais sustentável e orientada à comunidade.

Os conceitos abordados nesta fundamentação teórica estão interligados e oferecem uma compreensão mais aprofundada das novas dinâmicas de produção, consumo e participação cultural na era digital. Cada tópico explora aspectos específicos desses fenômenos, utilizando a série "The Simpsons" como estudo de caso para ilustrar como essas transformações impactam as interações entre fãs, produtores e marcas.

2.2 - Cultura De Fãs E Fandom

A Cultura de Fãs, ou fandom, refere-se a um grupo de indivíduos que compartilham uma paixão intensa e ativa por um produto cultural, seja ele uma série de televisão, um filme, um livro ou mesmo uma figura pública. Zoe Fraade-Blanar e Aaron M. Glazer¹⁷ descrevem o fandom como um fenômeno antigo e cultural, observando que o comportamento de fãs é uma

¹⁷ Zoe Fraade-Blanar e Aaron M. Glazer são autores de Superfandom: Como nossas obsessões estão mudando o que compramos e quem somos, onde exploram a influência dos fãs nas decisões de mercado e o papel do fandom na cultura de consumo contemporânea.

expressão humana fundamental, profundamente enraizada em práticas de devoção e valorização de símbolos culturais. Como explicam os autores,

“fandom se refere às estruturas e práticas que se formam em torno de peças de cultura popular. É um fenômeno muito antigo, muito humano; agir como fã é provavelmente tão antigo quanto a própria cultura. A história é cheia de narrativas de peregrinações, pessoas viajando para um lugar, não por seu valor estético ou econômico, mas simplesmente para se sentir perto de algo importante” (FRAADE-BLANAR; GLAZER, 2018, p. 23).

Nesse sentido, a Cultura de Fãs é uma extensão natural da experiência humana, um meio pelo qual indivíduos reforçam suas identidades, sentimentos de pertencimento e conexões emocionais.

Esta cultura vai além do mero consumo passivo; os fãs frequentemente se engajam em práticas criativas, produzindo fanfics, fanarts¹⁸, vídeos e outras formas de expressão que expandem o universo original. Esse processo de criação transforma os fãs em coprodutores e participantes ativos do universo cultural ao qual se dedicam, sendo essa característica fundamental para que o fandom se diferencie de um público passivo. A Cultura de Fãs está intimamente ligada à Cultura Participativa, onde as fronteiras entre produtores e consumidores tornam-se mais fluidas, permitindo que o público tenha um papel mais expressivo e colaborativo na reformulação e disseminação do conteúdo. Isso significa que a interação entre a obra e seus admiradores é simbiótica: a produção de novos conteúdos pelos fãs nutre e solidifica a comunidade de fandom, ao mesmo tempo que amplia o alcance e a relevância cultural da obra original.

Na Cultura de Fãs, os fãs não são apenas consumidores; eles são também criadores que, através de suas produções e interações, constroem uma comunidade. Essa comunidade se baseia em um engajamento ativo que confere novos significados ao material original, colaborando para a sua constante expansão e adaptação. Por exemplo, um fã de uma série de televisão pode criar uma fanfic (história de ficção baseada no universo da série) que explora aspectos dos personagens ou do enredo que não foram desenvolvidos pelos criadores oficiais. Esse conteúdo adicional não só proporciona novas camadas à narrativa como também é compartilhado dentro da comunidade de fãs, ajudando a manter o interesse e o engajamento mesmo durante períodos em que o conteúdo oficial não está em lançamento. Esse fenômeno reforça a Cultura Participativa, pois envolve a contribuição contínua de novas ideias e perspectivas ao conteúdo original, gerando uma dinâmica de cocriação que beneficia tanto a comunidade quanto o material em si.

¹⁸ Fanarts são obras de arte criadas por fãs, inspiradas em personagens, cenários ou histórias de obras de ficção, como filmes, séries, livros e jogos.

Além disso, a Cultura de Fãs gera uma interação simbiótica entre o público e o produto cultural. A produção de conteúdo por fãs não apenas expande o universo da obra, mas também fortalece o vínculo emocional dos admiradores com o material, tornando-se uma forma de afirmação e de pertença a um grupo com interesses comuns. Esse sentimento de comunidade e colaboração é essencial para a sustentabilidade do fandom, uma vez que cada produção dos fãs reforça a identidade coletiva, ao mesmo tempo que contribui para a disseminação e popularização da obra. Em outras palavras, a Cultura de Fãs se alimenta e se expande através de uma troca contínua, onde cada nova contribuição de um fã adiciona valor e profundidade à experiência coletiva, solidificando a comunidade em torno do conteúdo.

Assim, a Cultura de Fãs também está interligada à ideia de Cultura da Conexão, pois o ambiente digital oferece aos fãs uma plataforma para se comunicarem em tempo real, compartilhar suas criações e interagir com outros admiradores. Esse cenário proporciona uma conectividade constante, na qual os fãs têm a oportunidade de participar de discussões, acessar conteúdos de diferentes fontes e criar coletivamente novas interpretações. Henry Jenkins, Joshua Green e Sam Ford¹⁹ discutem a Cultura da Conexão como um ambiente onde a interação e a circulação de conteúdo vão além do consumo passivo, criando uma experiência compartilhada que é moldada tanto por consumidores quanto por produtores. Nesse contexto, a Cultura de Fãs se consolida como uma força ativa na disseminação e transformação de conteúdos culturais, permitindo que os fãs reforcem sua identidade e seu vínculo com o produto por meio da interação contínua.

Os conceitos de Cultura de Fãs, Cultura Participativa e Cultura da Conexão são interligados e complementares, formando um ecossistema cultural onde o papel do fã transcende o consumo e evolui para uma participação mais ativa e criativa. A Cultura de Fãs estimula a criação e a disseminação de conteúdos derivados, enquanto a Cultura Participativa oferece a base para que essa atividade criativa se consolide, possibilitando que o público contribua efetivamente para a transformação do produto cultural. A Cultura da Conexão, por sua vez, facilita o compartilhamento e a interação contínua entre os fãs, criando uma rede de trocas e colaborações que fortalece e expande o alcance das obras originais. Dessa forma, esses conceitos estão interligados pela valorização da participação ativa, da comunidade e da colaboração, estabelecendo uma nova dinâmica onde o fã é peça central na sustentação e expansão da cultura na era digital.

¹⁹ Henry Jenkins, Joshua Green e Sam Ford são autores de *Cultura da Conexão*, um livro que explora a interação entre mídias, empresas e consumidores na era digital, destacando como o público participa ativamente na promoção e reinvenção de conteúdo por meio da cultura de fãs e das redes sociais.

2.3 - Mídia Convergente e Marketing Digital

O relacionamento entre mídias, marcas e consumidores foi profundamente transformado, com a convergência tecnológica e o marketing digital emergindo como pilares dessa nova configuração. A Cultura da Convergência, um conceito amplamente discutido por Henry Jenkins (2022), descreve o fenômeno no qual diferentes formas de mídia interagem, se complementam e se integram, promovendo uma experiência de consumo mais rica e complexa para o público. Jenkins define essa convergência como:

“O fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, a cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e o comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam” (JENKINS, 2022, p. 31).

Para Jenkins, a convergência é um fenômeno que não apenas agrega valor às experiências dos consumidores, mas também evidencia transformações culturais e sociais, abrangendo múltiplos aspectos tecnológicos e mercadológicos.

A convergência midiática representa uma interseção contínua entre plataformas que se entrelaçam para distribuir narrativas e informações, o que possibilita aos consumidores uma interação mais rica e diversificada com o conteúdo. Essa interação envolve o comportamento migratório dos usuários, que acompanham e consomem conteúdo através de várias mídias em busca de experiências cada vez mais imersivas e personalizadas. Esse fenômeno, segundo Jenkins, “não é apenas um movimento de adaptação da mídia tradicional às novas tecnologias, mas uma transformação cultural que influencia a forma como as histórias são contadas e disseminadas, proporcionando uma participação mais ativa dos consumidores.” Em outras palavras, a Cultura da Convergência não é apenas a fusão de tecnologias, mas uma mudança estrutural e cultural que altera o modo como o conhecimento e o entretenimento são produzidos e consumidos, afetando também as relações entre consumidores e produtores de conteúdo.

Nesse novo ambiente, o Marketing Digital surge como uma ferramenta fundamental para explorar o potencial da Cultura da Convergência e otimizar o engajamento entre marcas e consumidores. O Marketing Digital compreende um conjunto de estratégias voltadas para promover produtos, serviços e marcas, utilizando plataformas digitais como meios para estabelecer um relacionamento mais próximo e interativo com o público. Kotler e Keller (2018) destacam que o marketing digital transforma a dinâmica da comunicação, oferecendo “oportunidades sem precedentes para criar relacionamentos personalizados e de longo prazo

com os consumidores.” Atualmente, o marketing ganha uma nova dimensão, na qual as interações entre consumidores e marcas tornam-se dinâmicas e responsivas, possibilitando que as empresas adaptem suas estratégias conforme as mudanças de comportamento do mercado e as novas demandas dos consumidores.

Esse novo modelo de marketing representa uma transição significativa em relação ao marketing tradicional, onde a comunicação era essencialmente unidirecional. A Cultura da Convergência, associada ao Marketing Digital, permite que os consumidores deixem de ser apenas espectadores passivos, tornando-se participantes ativos no desenvolvimento e na expansão das narrativas das marcas. Segundo Kotler, a era digital redefine o papel do consumidor ao oferecer a ele o poder de interagir diretamente com as marcas, participando de forma ativa no ciclo de comunicação e até influenciando decisões sobre produtos e serviços. Isso ocorre por meio de *feedbacks*²⁰ imediatos, interações diretas e a possibilidade de cocriação de conteúdo, alinhando-se com o conceito de uma Cultura Participativa. Jenkins reforça esse ponto ao afirmar:

“A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras” (JENKINS, 2022, p. 32).

Com o Marketing Digital e a Cultura de Convergência, as marcas conseguem explorar a capacidade de oferecer experiências integradas e transmidiáticas, onde o consumidor pode acompanhar o conteúdo em diferentes formatos e plataformas de forma contínua. Dessa maneira, o marketing digital se integra à convergência midiática, atuando não apenas como uma ferramenta de divulgação, mas como um meio de envolvimento profundo e constante com o público. As plataformas digitais permitem que as marcas construam um ecossistema de conteúdo onde a narrativa se expande, oferecendo diferentes pontos de entrada e experiências imersivas para os consumidores. O público, por sua vez, passa a interagir com a marca em múltiplos pontos de contato, formando uma relação de maior proximidade e de engajamento, que potencializa o vínculo emocional e a fidelidade.

Esse ambiente de convergência também possibilita um marketing mais direcionado e personalizado, já que as marcas têm acesso a dados comportamentais dos consumidores e podem adaptar suas estratégias com base em insights sobre o público. Nesse cenário, o público exerce um papel cada vez mais ativo, influenciando as estratégias de comunicação e

²⁰ *Feedbacks* são comentários e sugestões fornecidos sobre um trabalho ou desempenho, com o objetivo de identificar pontos fortes, oportunidades de melhoria e guiar ajustes futuros.

marketing das empresas. O marketing digital, assim, não apenas impulsiona a divulgação de produtos e serviços, mas também facilita um diálogo com o consumidor, que se torna coparticipante nas decisões e na criação de valor da marca. Jenkins (2022) complementa essa visão ao observar que, na Cultura de Convergência, “nem todos os participantes são criados iguais”, indicando que, embora haja democratização do acesso à produção de conteúdo, existem níveis diferentes de participação e influência dentro desse sistema.

Portanto, a Cultura da Convergência e o Marketing Digital estão interligados, promovendo uma reconfiguração da relação entre consumidores e marcas. Esse novo cenário é caracterizado pela construção de experiências interativas e contínuas, onde a convergência de mídias possibilita um relacionamento mais colaborativo e dinâmico com o consumidor. A convergência permite que os consumidores tenham mais autonomia para interagir e participar do desenvolvimento das marcas, enquanto o marketing digital facilita a adaptação dessas experiências às necessidades e preferências individuais dos consumidores, transformando-os em agentes ativos e coprodutores de conteúdo.

2.4 - Participação e Colaboração no Consumo Digital

A Cultura Participativa descreve um ambiente no qual os consumidores não são apenas receptores de conteúdo, mas participantes ativos na criação e circulação de informações. Henry Jenkins é um dos principais teóricos a abordar esse conceito, destacando que a cultura participativa permite que os consumidores contribuam diretamente para a criação e reformulação de conteúdos culturais. Neste cenário, o público adquire maior protagonismo e participa ativamente, tornando-se coprodutor dos produtos de mídia que consome. Esta cultura é estimulada pelas tecnologias digitais, que proporcionam recursos para que qualquer indivíduo possa produzir, alterar e disseminar conteúdo. Jenkins (2022) afirma que, na cultura participativa, o poder de criação não é exclusivo de profissionais; ele é compartilhado com o público. Isso representa uma mudança na lógica tradicional de produção de mídia, onde antes o conteúdo era exclusivamente produzido e distribuído por empresas e, agora, é uma prática mais colaborativa e aberta a contribuições externas. Pierre Lévy, com sua teoria da inteligência coletiva, complementa a compreensão desse cenário ao sugerir que as comunidades digitais se tornam espaços onde o conhecimento é co-criado e compartilhado. Segundo Lévy, a inteligência coletiva é formada pela colaboração de indivíduos com diferentes saberes e habilidades, criando um conhecimento dinâmico e em constante evolução. Essa perspectiva reforça a ideia de que o ambiente digital é um terreno fértil para a cultura

participativa, uma vez que permite que consumidores e produtores se unam na construção de significado em torno de conteúdos culturais.

A Cultura da Conexão, por sua vez, refere-se a um modelo emergente na comunicação e no consumo de mídia, onde os consumidores estão constantemente conectados e interagem em tempo real com conteúdos, marcas e outros indivíduos. Henry Jenkins, em colaboração com Joshua Green e Sam Ford, explora este conceito em seu livro *Cultura da Conexão*, argumentando que o engajamento com a mídia envolve não apenas o consumo, mas também a interação, o compartilhamento e a transformação de conteúdo. Neste contexto, a conexão transcende o simples acesso à informação, traduzindo-se em uma experiência interativa que conecta indivíduos em uma rede de trocas e colaborações. Assim, a Cultura da Conexão aprofunda o papel do consumidor no ambiente digital, onde ele se torna parte ativa da circulação e reinterpretação do conteúdo, criando vínculos significativos com outros consumidores e com as marcas que integram sua vida cotidiana. Dessa forma, consumidores não apenas interagem com o conteúdo, mas ajudam a moldá-lo, reforçando sua própria identidade em comunidades de consumo. Por fim, a articulação entre inteligência coletiva e cultura participativa é visível na forma como os consumidores, organizados em comunidades digitais, reconstróem e expandem significados culturais. Em franquias como *The Simpsons*, os fãs utilizam ferramentas digitais para reinterpretar e modificar o conteúdo, estabelecendo uma dinâmica que ressignifica o papel das audiências. Isso demonstra como o ambiente conectado da Cultura da Conexão serve como catalisador para a inteligência coletiva, consolidando os consumidores como protagonistas no ecossistema midiático contemporâneo.

Outro conceito central na era digital, o de prosumer, resulta da junção das palavras producer (produtor) e consumer (consumidor) e descreve o consumidor moderno que também participa ativamente da produção de conteúdo. Alvin Toffler²¹ introduziu o termo em *The Third Wave* (1980)²², destacando que o prosumer não apenas consome, mas também influencia, modifica e contribui para o desenvolvimento dos produtos e serviços que utiliza. Na era digital, o papel do prosumer é intensificado, pois as tecnologias e plataformas online possibilitam uma participação mais direta e colaborativa. Em vez de serem apenas receptores

²¹ Alvin Toffler foi um escritor e futurista americano, conhecido por explorar temas como a revolução digital, a sociedade da informação e a "terceira onda" de mudanças socioeconômicas, antevendo transformações profundas nas relações de trabalho, educação e cultura.

²² *The Third Wave* (1980), de Alvin Toffler, apresenta três "ondas" de transformação social: agrária, industrial e informacional.

de produtos finalizados, os prosumers influenciam desde o desenvolvimento até o feedback contínuo de melhorias e inovações.

“Os prosumers são consumidores que se identificam como membros de um determinado grupo que utiliza a cultura de consumo. Esse uso envolve a construção individual e coletiva de práticas, identidades e significados, incluindo textos, imagens e objetos alternados (KOZINETS, apud XAVIER, 2012, p.53).”

O conceito de Consumo Colaborativo refere-se a práticas de consumo nas quais os indivíduos compartilham, trocam, alugam ou emprestam bens e serviços, promovendo um modelo de economia de compartilhamento.

“O consumo colaborativo define-se como um consumo baseado em acesso, semelhante à partilha, visto que não envolve transferência de propriedade. Contudo, difere no que diz respeito ao senso de propriedade percebida (BARDHI; ECKHARDT, 2012), sendo que no acesso também não há transferência de propriedade ou propriedade conjunta: o consumidor recebe apenas permissão de uso (BELK, 2010). O acesso pode ser adquirido através de associações a clubes ou organizações onde vários produtos podem ser compartilhados. O consumo baseado em acesso difere do processo de locação tradicional, em virtude da possibilidade de ser mediado unicamente através da internet, se tornando mais colaborativo e nem sempre mediado unicamente pelo mercado” (DE FREITAS; PETRINI; SILVEIRA, 2016, p. 4).

Este fenômeno é impulsionado pela crescente conectividade e pela conscientização sobre a sustentabilidade, incentivando formas de consumo mais responsáveis e comunitárias.

Esses conceitos – Cultura Participativa, Cultura da Conexão, Prosumerismo e Consumo Colaborativo – estão intimamente interligados, pois refletem as novas formas de relação entre consumidores, produtos e plataformas na era digital. A Cultura Participativa, por exemplo, se alinha ao Prosumerismo, uma vez que ambos promovem a ideia de consumidores que atuam também como criadores. Através das redes sociais e outras plataformas digitais, os indivíduos não apenas consomem, mas também modificam, reinterpretam e compartilham conteúdos, tornando-se coprodutores e embaixadores das marcas e produtos com os quais se identificam. Essa relação é incentivada e ampliada pela Cultura da Conexão, que fornece o ambiente necessário para que essas trocas e interações ocorram de forma dinâmica e contínua. Na prática, essa conexão permite que os consumidores interajam em tempo real com as marcas e outros usuários, fortalecendo comunidades online que colaboram e se apoiam mutuamente em torno de interesses comuns.

Além disso, o Consumo Colaborativo integra-se a esses conceitos, pois também promove uma relação mais ativa e consciente com os bens e serviços, ao incentivar a partilha e a reutilização. Esse modelo de consumo atende a uma demanda por práticas mais sustentáveis e socialmente responsáveis, o que converge com o comportamento do prosumer,

que valoriza não só a utilidade, mas também os significados culturais e sociais dos produtos. Por meio de práticas colaborativas, como trocas e empréstimos, o consumo se transforma em uma atividade coletiva e participativa, reforçando o laço entre os consumidores e promovendo uma consciência maior sobre o uso dos recursos. Assim, o Consumo Colaborativo complementa a Cultura Participativa e o Prosumerismo, ao colocar o consumidor em uma posição de agente responsável e ativo, que molda as relações de consumo de acordo com seus valores e necessidades.

Portanto, os conceitos discutidos aqui estão entrelaçados, formando a base para um novo paradigma de consumo e interação na era digital. O consumidor se transforma em um agente de conexão, criação e colaboração, rompendo com o modelo tradicional de recepção passiva. A Cultura Participativa e a Cultura da Conexão incentivam a interação e a coprodução, enquanto o Prosumerismo e o Consumo Colaborativo fornecem as práticas que sustentam essa nova dinâmica. Dessa forma, esses fenômenos redefinem a relação entre consumidores, produtos e marcas, promovendo uma sociedade onde a participação ativa, a troca de experiências e o engajamento coletivo são fundamentais.

3 METODOLOGIA

A presente pesquisa adota uma abordagem qualitativa, escolhida por sua eficácia em explorar a complexidade de fenômenos culturais e discursivos relacionados ao fandom e à Cultura de Convergência. Este estudo foca em analisar a influência da Cultura de Fãs nas narrativas e estratégias de marketing na franquia de animação *The Simpsons*.

Para alcançar esses objetivos, utilizamos de uma metodologia analítica que emprega duas abordagens complementares: a Análise de Discurso e a Netnografia. A Análise de Discurso é um método qualitativo que estuda como os significados são construídos e interpretados nas interações sociais e nos textos, considerando contextos históricos, culturais e ideológicos, que proporciona uma compreensão profunda dos sentidos atribuídos ao conteúdo da série por meio de textos, críticas e transcrições de entrevistas, possibilitando identificar as camadas discursivas que permeiam a recepção da série por diferentes públicos. A Netnografia, por sua vez, é uma metodologia de pesquisa que adapta técnicas da etnografia para estudar interações culturais e comportamentos em comunidades online e redes sociais, que permite observar e interpretar as interações dos fãs em comunidades digitais e redes sociais, onde compartilham e reinterpretam conteúdo, participando ativamente da expansão do universo narrativo da série. Como afirma Kozinets²³ (2010), a Netnografia é uma adaptação da etnografia ao ambiente online, envolvendo o estudo das interações culturais e sociais entre os membros de comunidades virtuais.

Além desses métodos, a pesquisa utiliza como fontes complementares de análise: (1) reportagens e entrevistas sobre o personagem Apu²⁴ e as críticas de estereótipo associadas ao documentário *The Problem with Apu*²⁵; (2) episódios específicos da série que refletem a adaptação da narrativa conforme a resposta dos fãs; (3) o podcast²⁶ “Eu te amo, Doutor Zaius²⁷”, que explora e interpreta temas recorrentes e personagens icônicos de *The Simpsons*; (4) fóruns e páginas de fãs, como *Simpsons Wiki*, *No Homers Club*, e *Simpsons Forever*²⁸,

²³ Robert V. Kozinets é o pesquisador que desenvolveu a Netnografia, método de pesquisa que aplica os princípios da etnografia ao estudo de comunidades e interações em ambientes digitais.

²⁴ Apu Nahasapeemapetilon é um personagem de *The Simpsons*, representado como um imigrante indiano e proprietário do Kwik-E-Mart.

²⁵ *The Problem with Apu* (2017) é um documentário de Hari Kondabolu que critica o personagem Apu de *The Simpsons* como um estereótipo prejudicial dos sul-asiáticos, explorando seu impacto cultural.

²⁶ Podcast é um formato de conteúdo em áudio digital, frequentemente organizado em episódios, que aborda temas variados e pode ser acessado por meio de plataformas de streaming ou download.

²⁷ *Eu te Amo, Doutor Zaius* é um podcast brasileiro dedicado à análise de *The Simpsons*, discutindo episódios, personagens e o impacto cultural da série.

²⁸ *Simpsons Wiki*, *No Homers Club* e *Simpsons Forever: Comunidades online onde fãs compartilham, discutem e preservam informações e curiosidades sobre The Simpsons*.

que documentam e ampliam o universo da série; e (5) a Duff Beer²⁹, uma criação fictícia da série que foi trazida para o mundo real a pedido dos fãs. Essas fontes, ao serem observadas e analisadas, proporcionam uma visão ampliada das práticas e interações dos fãs, assim como das respostas da produção às demandas culturais.

Ao adotar essas metodologias e fontes, a pesquisa busca uma análise que contemple tanto os discursos formais sobre a série quanto às interações informais que ocorrem nas redes sociais, páginas de fãs e fóruns de discussão, revelando como a série "The Simpsons" é continuamente interpretada e ressignificada. Essa combinação metodológica permite uma triangulação que intensifica a fidedignidade e a veracidade dos dados em uma pesquisa qualitativa, ao integrar diferentes fontes e técnicas de análise. Esse método híbrido enriquece a análise, abrangendo múltiplas perspectivas e contribuindo para uma compreensão mais ampla da relação entre conteúdo midiático e práticas culturais.

A Análise de Discurso é essencial para esta pesquisa, pois permite examinar os textos e as mensagens que rodeiam "The Simpsons" e identificar os significados que os fãs e a crítica atribuem à série. A metodologia busca interpretar o conteúdo de maneira aprofundada, analisando tanto o conteúdo literal quanto as intenções e os contextos sociais dos discursos estudados. "A Análise do Discurso coloca desafios importantes às pesquisas tradicionais e fornece uma metodologia para a interpretação dos textos sociais, não sendo apenas mais um tópico para os temas da psicologia social." (NOGUEIRA, 2001, p. 19), evidenciando assim sua relevância para estudos que lidam com discursos complexos e multifacetados.

O fandom de "The Simpsons" é um ambiente repleto de significados e camadas interpretativas. A Análise de Discurso foi escolhida devido à sua capacidade de explorar as nuances e simbolismos que caracterizam essa comunidade de fãs, possibilitando uma interpretação crítica das reinterpretações e discussões que surgem em torno da série. No contexto da série, essa abordagem permite observar como temas recorrentes, como crítica social e sátira política, são apropriados e ressignificados pelos fãs. A aplicação da Análise de Discurso ocorre por meio do exame de uma variedade de materiais, incluindo textos acadêmicos, artigos de análise crítica, transcrições de entrevistas e o podcast "Eu te amo, Doutor Zaius". Esse material oferece uma perspectiva detalhada e crítica sobre a série, incluindo contextos de produção e recepção pública. A Análise de Discurso facilita, assim, a compreensão de como a série se conecta com o público em múltiplos níveis e contextos.

²⁹ Duff Beer: A cerveja fictícia popularizada em *The Simpsons*, que ganhou vida como um produto real devido à demanda dos fãs.

A Netnografia complementa a Análise de Discurso ao permitir a observação e análise das interações dos fãs em comunidades digitais, como fóruns, redes sociais e sites dedicados à discussão de "The Simpsons". Por meio desse método, a pesquisa investiga como os fãs produzem, compartilham e comentam sobre o conteúdo da série, revelando práticas colaborativas e interações espontâneas. A Netnografia foi escolhida para observar o comportamento dos fãs sem interferir diretamente em suas interações e práticas culturais. Essa abordagem é ideal para esta pesquisa, pois permite uma análise natural e detalhada do engajamento dos fãs com a série, sem a necessidade de realizar entrevistas ou questionários, o que seria inviável no contexto desta monografia. A Netnografia será aplicada nas comunidades online onde os fãs de "The Simpsons" discutem episódios, personagens e temas recorrentes da série. A análise abrangerá fóruns, grupos de redes sociais e comentários em sites especializados, onde os fãs interagem, compartilham fanfics, memes e teorias sobre a série. Dessa forma, a Netnografia permite observar as práticas culturais dos fãs em tempo real e analisar a forma como esses discursos circulam e são reinterpretados na comunidade de fãs.

A coleta de dados documentais, se baseia exclusivamente em materiais bibliográficos e em fontes digitais de acesso público, como podcasts e fóruns. A pesquisa inclui o exame de sites de fãs, como o Simpsons Wiki e o No Homers Club, que documentam episódios, teorias e personagens, expandindo o universo narrativo por meio de práticas de cocriação. No estudo da Duff Beer, o foco será entender como esse produto fictício, popularizado na série, foi materializado na vida real em resposta à demanda dos fãs, servindo como exemplo de cultura participativa. Além disso, são analisadas reportagens e entrevistas relacionadas ao personagem Apu e o documentário *The Problem with Apu*, que critica o estereótipo associado ao personagem, destacando a importância da representatividade na cultura de fãs.

A pesquisa não emprega entrevistas ou questionários, concentrando-se em fontes secundárias, tais como artigos acadêmicos, teses, monografias e transcrições de entrevistas realizadas por terceiros e publicadas online. O uso de fontes digitais e transcrições permite uma visão abrangente das práticas de fãs, sem a necessidade de intervenção direta. Optou-se por uma abordagem exclusivamente bibliográfica e digital devido à abundância de materiais já disponíveis sobre "The Simpsons" e sobre o comportamento dos fãs. A utilização de fontes variadas permite que a pesquisa cubra uma ampla gama de interpretações e análises, aproveitando o conhecimento acumulado por estudos anteriores. O consumo colaborativo se fortalece por meio da disseminação de informações em plataformas digitais, e essa perspectiva é explorada nesta pesquisa ao integrar conteúdos digitais de fácil acesso.

Os dados serão analisados de acordo com os princípios da Análise de Discurso e da Netnografia, buscando identificar padrões discursivos e de interação nos materiais estudados. Na Análise de Discurso, os textos e discursos dos fãs serão interpretados para identificar temas recorrentes e narrativas compartilhadas, enquanto a Netnografia observará as interações em comunidades online para compreender como os fãs constroem coletivamente o significado em torno da série. No caso das reportagens e discussões sobre o personagem Apu, será analisado o impacto da crítica social e as respostas dos criadores da série, explorando como o feedback dos fãs influencia a representação cultural e os temas abordados pela série.

A integração entre Análise de Discurso e Netnografia é fundamental para a interpretação dos dados. Destacamos que essa combinação metodológica permite uma visão abrangente e profunda da cultura participativa dos fãs, capturando tanto os discursos formais quanto as interações informais. Dessa forma, a análise dos dados se concentra em como os fãs de "The Simpsons" participam ativamente da cultura da convergência e da cultura de fãs, reinterpretando a série conforme suas experiências pessoais e influenciando a materialização de elementos fictícios, como a Duff Beer, no mundo real.

Para detalhar os processos de coleta e análise dos dados, os quadros a seguir organizam as fontes e os métodos aplicados nesta pesquisa. O objetivo desses quadros é proporcionar uma visão clara e estruturada sobre as escolhas metodológicas feitas para explorar o universo dos fãs de The Simpsons. Os quadros incluem informações sobre as fontes de dados selecionadas, as razões para sua escolha, os procedimentos de coleta, e as etapas de análise aplicadas. Cada quadro conta ainda com uma explicação sobre como esses dados se conectam aos objetivos gerais da pesquisa.

Quadro 1: Coleta de Dados

Fonte de Dados	Descrição	Justificativa	Procedimento de Coleta
Episódios de The Simpsons	Seleção de episódios que refletem a resposta da série a temas culturais e críticas dos fãs.	Episódios específicos foram analisados para observar como a série responde ao feedback dos fãs, refletindo a adaptação às críticas culturais.	Assistidos na plataforma Disney+ ³⁰ , totalizando 6 horas

³⁰ Disney+: Plataforma de streaming da Disney que oferece uma ampla variedade de conteúdos, incluindo a série The Simpsons e outras produções de suas franquias.

Podcast Eu Te Amo, Dr. Zaius	Episódios de 1 a 60, somando 38 horas de discussão detalhada sobre The Simpsons.	Oferece uma perspectiva direta e interpretativa da cultura de fãs, essencial para entender a ressignificação e o engajamento com a série.	Escutados na plataforma Spotify ³¹ , episódios de 1 a 60
Entrevistas e Reportagens sobre Apu	Artigos e entrevistas sobre o personagem Apu e o documentário The Problem with Apu.	Fornecem uma base para analisar a influência da crítica e a reação dos produtores em questões de estereótipos e representatividade cultural.	Coleta de artigos e entrevistas em fontes digitais
Páginas de Fãs e Fóruns	Sites como Simpsons Wiki, No Homers Club e Simpsons Forever.	Observam-se a criação de significados, a cocriação de conteúdos e a interação dos fãs com a narrativa da série em um contexto participativo e colaborativo.	Coleta e observação em plataformas de fãs
Duff Beer	Produto fictício da série trazido para a vida real a pedido dos fãs.	Representa o impacto da cultura de fãs ao transformar um elemento fictício em um produto real, ilustrando o poder da convergência cultural.	Análise de reportagens sobre a produção e venda da Duff Beer

Fonte: Elaboração Própria (2024)

O Quadro 1 organiza as fontes de dados utilizadas na pesquisa, explicando como cada uma contribui para os objetivos centrais. As fontes foram escolhidas para capturar as diversas formas de participação dos fãs e suas interações com a série, desde discussões e teorias (podcast e fóruns), até a materialização de produtos (Duff Beer). Cada elemento reflete uma faceta da cultura de fãs e da convergência midiática, demonstrando como The Simpsons se adapta às mudanças culturais e ao feedback do público.

Quadro 2: Análise de Dados

Método de Análise	Descrição do Processo	Objetivo da Análise	Fonte de Dados
Análise Discursiva	Estudo dos discursos sobre representatividade e respostas aos fãs. Análise dos temas e tópicos discutidos no podcast e nos fóruns.	Identificar e interpretar as respostas da série às críticas sociais e culturais recebidas ao longo dos anos. Compreender as narrativas e significados	Episódios de The Simpsons e entrevistas sobre Apu. Podcasts, fóruns e wikis de

³¹ **Spotify**: Plataforma de streaming de áudio onde usuários podem ouvir músicas, podcasts e outros conteúdos digitais sob demanda.

		atribuídos pelos fãs, incluindo teorias e críticas.	fãs como Simpsons Wiki
Netnografia	Observação e interpretação das práticas colaborativas dos fãs.	Estudar as formas de cocriação e de engajamento dos fãs com a série em espaços digitais.	Fóruns de fãs e páginas colaborativas

Fonte: Elaboração Própria (2024)

O Quadro 2 detalha os métodos de análise de dados, descrevendo como cada técnica se aplica às diferentes fontes de dados. A Análise Discursiva é usada para interpretar as mensagens e críticas nos discursos formais e informais sobre *The Simpsons*. A Netnografia permite uma observação direta das interações dos fãs em fóruns e redes sociais, documentando as práticas colaborativas e o papel da cultura de fãs na ressignificação do universo da série.

A metodologia adotada nesta pesquisa, fundamentada em uma abordagem qualitativa, recorre a técnicas de Análise de Discurso e Netnografia para captar a complexidade das interações entre *The Simpsons* e sua comunidade de fãs. A seleção de episódios específicos da série e de discussões em podcasts permitiu uma análise aprofundada dos temas recorrentes e das respostas dos fãs a questões culturais e representativas abordadas na série. Para isso, foram examinados episódios que lidam com temas de estereótipos, crítica social, e sátira, como em "Homer Badman," que explora a resposta do público a controvérsias, e "Much Apu About Nothing," que trata da representação cultural e dos estereótipos, especialmente em torno do personagem Apu.

Quadro 3: Episódios de *The Simpsons* Selecionados para Análise

Episódio	Resumo	Duração	Relevância para a Pesquisa	Referência
Homer Badman	Homer é acusado de assédio sexual após um mal-entendido com uma babá, gerando uma crítica à mídia sensacionalista.	22 min	Explora a reação da série a temas polêmicos e a interpretação dos fãs sobre a mídia e estereótipos.	The Simpsons. Homer Badman. Temporada 6, Episódio 9. Direção de Jeffrey Lynch. FOX ³² , 1994.

³² FOX: Rede de televisão americana que transmitiu *The Simpsons* desde sua estreia em 1989, consolidando a série como um ícone da cultura pop global.

Much Apu About Nothing	Apu enfrenta a possibilidade de deportação, abordando temas de imigração e estereótipos culturais através da perspectiva de Springfield ³³ .	22 min	Discute estereótipos e representação cultural, contribuindo para a análise do personagem Apu e da crítica social da série.	The Simpsons. Much Apu About Nothing. Temporada 7, Episódio 23. Direção de Susie Dietter. FOX, 1996.
Bart vs. Thanksgiving	Bart foge após causar um incidente no jantar de Ação de Graças, destacando conflitos familiares e questões sociais.	22 min	Aborda temas familiares e culturais, refletindo a forma como a série explora e satiriza as tradições sociais americanas.	The Simpsons. Bart vs. Thanksgiving. Temporada 2, Episódio 7. Direção de David Silverman. FOX, 1990.
Homer the Vigilante	Após uma série de roubos em Springfield, Homer se torna vigilante, questionando temas de justiça e moralidade.	22 min	Oferece uma análise sobre o tema de segurança e justiça comunitária, além de satirizar a moralidade americana.	The Simpsons. Homer the Vigilante. Temporada 5, Episódio 11. Direção de Jim Reardon. FOX, 1994.
Lisa the Vegetarian	Lisa decide se tornar vegetariana e enfrenta resistência de amigos e familiares, destacando o tema de ativismo.	22 min	Explora questões de ativismo social e mudança cultural, refletindo o impacto da série em temas de identidade e escolhas pessoais.	The Simpsons. Lisa the Vegetarian. Temporada 7, Episódio 5. Direção de Mark Kirkland. FOX, 1995.
The Problem with Apu	Documentário sobre o impacto de Apu como estereótipo, trazendo à tona debates de representatividade e	49 min	Serve como referência para discutir as críticas sobre a representação de personagens culturais na série	The Problem with Apu. Direção de Michael Melamedoff. truTV, 2017.

³³ Springfield: Cidade fictícia onde se passa *The Simpsons*, representando de forma satírica a vida e os valores da classe média americana.

	estereótipos culturais.		e o feedback do público.	
--	-------------------------	--	--------------------------	--

Fonte: Elaboração Própria (2024)

Cada episódio foi escolhido com base em sua relevância para a compreensão da dinâmica entre cultura de fãs, temas sociais abordados pela série e a cocriação de narrativas. Esses elementos foram analisados usando a metodologia de Análise de Discurso e Netnografia, permitindo examinar as discussões e interpretações geradas entre a comunidade de fãs e a resposta dos criadores ao longo dos anos.

O podcast “Eu Te Amo, Dr. Zaius” também foi utilizado, com destaque para episódios que refletem a percepção dos fãs sobre questões narrativas e personagens centrais da série. Com um total de 38 horas de conteúdo, os episódios do podcast foram essenciais para capturar o entendimento e a interpretação que a comunidade de fãs dedica a The Simpsons, incluindo temas como Halloween³⁴ (Episódio 10) e o impacto cultural de episódios icônicos como "Marge Contra o Monotrilho" (Episódio 53). A integração dessas fontes com a metodologia qualitativa ofereceu uma visão abrangente das camadas discursivas e das interações que contribuem para a cocriação do universo The Simpsons, revelando como fãs e narrativa se entrelaçam na cultura de convergência.

Quadro 4: Análise do Podcast Eu Te Amo, Dr. Zaius

Episódio	Duração	Relevância para a Pesquisa	Referência para Citação
Episódio 10 - “A Noite das Bruxas”	26 min	Explora um especial de Halloween, que se tornou uma tradição aguardada pelos fãs e uma parte importante da cultura de fãs da série.	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 10, “A Noite das Bruxas”. Disponível em: Spotify. Acesso em: 29 abr. 2024.
Episódio 17 - “Sangue Novo”	33 min	Aborda a recepção do público e como a série se adapta a novas demandas culturais e ao feedback dos fãs.	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 17, “Sangue Novo”. Disponível em: Spotify. Acesso em: 02 maio 2024.

³⁴ Halloween: Tradicional celebração de origem celta, popular nos Estados Unidos, conhecida por festas à fantasia, "doces ou travessuras" e temas sombrios, como fantasmas e bruxas.

Episódio 23 - “Tal Pai, Tal Palhaço”	39 min	Discute o desenvolvimento de Krusty ³⁵ e temas complexos como família e identidade, reforçando os vínculos emocionais dos fãs com os personagens.	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 23, “Tal Pai, Tal Palhaço”. Disponível em: Spotify. Acesso em: 04 maio 2024.
Episódio 30 - “Bart Radialista”	46 min	Analisa Bart como figura subversiva e como a série reflete tendências culturais, conectando-se ao público jovem.	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 30, “Bart Radialista”. Disponível em: Spotify. Acesso em: 06 maio 2024.
Episódio 39 - “O Show de Otto”	55 min	Explora o estereótipo do “jovem despreocupado” através do personagem Otto ³⁶ , examinando a relevância dos personagens secundários e estereótipos.	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 39, “O Show de Otto”. Disponível em: Spotify. Acesso em: 09 maio 2024.
Episódio 53 - “Marge Contra o Monotrilho”	69 min	Análise de um episódio icônico entre os fãs; examina o impacto cultural e a longevidade da série.	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 53, “Marge Contra o Monotrilho”. Disponível em: Spotify. Acesso em: 14 maio 2024.
Episódio 58 - “Bart Ganha um Elefante”	74 min	Explora o relacionamento de Bart com os animais e temas familiares, evidenciando o humor absurdo que caracteriza a série.	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 58, “Bart Ganha um Elefante”. Disponível em: Spotify. Acesso em: 16 maio 2024.

Fonte: Elaboração Própria (2024)

O Quadro 4 detalha os episódios do podcast “Eu Te Amo, Dr. Zaius” que foram selecionados para análise, destacando a relevância de cada um para o objetivo da pesquisa. Cada episódio foi escolhido por sua abordagem específica a temas importantes para a cultura de fãs e a narrativa de *The Simpsons*. A escuta dos episódios forneceu insights sobre as expectativas e percepções dos fãs em relação à série, permitindo uma compreensão mais ampla das práticas de engajamento e das interpretações coletivas promovidas pela cultura de

³⁵ Krusty: Nome artístico de Herschel Shmoikel Pinchas Yerucham Krustofsky, um palhaço fictício da série *The Simpsons*, conhecido pelo humor ácido, estilo de vida caótico e seu programa de TV popular entre as crianças de Springfield.

³⁶ Otto Mann é o motorista da escola em *The Simpsons*, conhecido por sua personalidade despreocupada, paixão pelo rock e atitude rebelde, refletindo estereótipos de juventude descompromissada e amante da música.

fãs. Os episódios adicionais escutados, listados para referência, enriqueceram o entendimento geral, mas não serão discutidos diretamente na análise.

Essa análise colaborativa dos episódios do podcast, juntamente com a lista de episódios selecionados da série, complementa a metodologia qualitativa, ampliando a compreensão do impacto de *The Simpsons* na cultura de fãs e o papel dessa comunidade na resignificação e expansão do universo da série.

Quadro 5: Episódios Escutados para Contexto Adicional (não utilizados diretamente)

Episódio	Duração	Referência
Episódio 1 - "O Começo de Tudo"	25 min	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 1, "O Começo de Tudo". Disponível em: Spotify. Acesso em: 26 abr. 2024.
Episódio 2 - "Família Amarela"	32 min	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 2, "Família Amarela". Disponível em: Spotify. Acesso em: 26 abr. 2024.
Episódio 3 - "Bart Contra o Sistema"	27 min	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 3, "Bart Contra o Sistema". Disponível em: Spotify. Acesso em: 26 abr. 2024.
Episódio 4 - "Lisa, a Rebelde"	29 min	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 4, "Lisa, a Rebelde". Disponível em: Spotify. Acesso em: 27 abr. 2024.
Episódio 5 - "Moe, o Amigo Inesperado"	31 min	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 5, "Moe, o Amigo Inesperado". Disponível em: Spotify. Acesso em: 27 abr. 2024.
Episódio 6 - "Os Vizinho Flanders"	28 min	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 6, "Os Vizinho Flanders". Disponível em: Spotify. Acesso em: 27 abr. 2024.
Episódio 7 - "Sr. Burns e o Poder"	36 min	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 7, "Sr. Burns e o Poder". Disponível em: Spotify. Acesso em: 28 abr. 2024.
Episódio 8 - "Amigos na Taverna do Moe"	24 min	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 8, "Amigos na Taverna do Moe". Disponível em: Spotify. Acesso em: 28 abr. 2024.
Episódio 9 - "O Mundo de Marge"	30 min	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 9, "O Mundo de Marge". Disponível em: Spotify. Acesso em: 28 abr. 2024.

Episódio 11 - "O Dia de Ação de Graças"	34 min	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 11, "O Dia de Ação de Graças". Disponível em: Spotify. Acesso em: 29 abr. 2024.
Episódio 12 - "A Magia de Springfield"	26 min	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 12, "A Magia de Springfield". Disponível em: Spotify. Acesso em: 29 abr. 2024.
Episódio 13 - "Krusty, o Palhaço"	29 min	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 13, "Krusty, o Palhaço". Disponível em: Spotify. Acesso em: 30 abr. 2024.
Episódio 14 - "Nelson e a Infância em Springfield"	38 min	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 14, "Nelson e a Infância em Springfield". Disponível em: Spotify. Acesso em: 30 abr. 2024.
Episódio 15 - "Os Conflitos de Homer"	40 min	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 15, "Os Conflitos de Homer". Disponível em: Spotify. Acesso em: 30 abr. 2024.
Episódio 16 - "Lisa Vai a Washington"	28 min	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 16, "Lisa Vai a Washington". Disponível em: Spotify. Acesso em: 01 maio 2024.
Episódio 18 - "As Aventuras de Bart"	33 min	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 18, "As Aventuras de Bart". Disponível em: Spotify. Acesso em: 01 maio 2024.
Episódio 19 - "A Crise de Krusty"	31 min	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 19, "A Crise de Krusty". Disponível em: Spotify. Acesso em: 02 maio 2024.
Episódio 20 - "Sideshow Bob e a Vingança"	35 min	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 20, "Sideshow Bob e a Vingança". Disponível em: Spotify. Acesso em: 02 maio 2024.
Episódio 21 - "A Filosofia de Lisa"	28 min	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 21, "A Filosofia de Lisa". Disponível em: Spotify. Acesso em: 02 maio 2024.
Episódio 22 - "A Nova Vizinha"	32 min	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 22, "A Nova Vizinha". Disponível em: Spotify. Acesso em: 03 maio 2024.
Episódio 24 - "Os Casos de Marge"	37 min	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 24, "Os Casos de Marge". Disponível em: Spotify. Acesso em: 03 maio 2024.
Episódio 25 - "O Pequeno Grande Bart"	27 min	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 25, "O Pequeno Grande Bart". Disponível em: Spotify. Acesso em: 04 maio 2024.

Episódio 26 - "A Mente de Lisa"	33 min	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 26, "A Mente de Lisa". Disponível em: Spotify. Acesso em: 04 maio 2024.
Episódio 27 - "Homem vs. Sociedade"	30 min	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 27, "Homem vs. Sociedade". Disponível em: Spotify. Acesso em: 04 maio 2024.
Episódio 28 - "A Família Simpson em Crise"	29 min	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 28, "A Família Simpson em Crise". Disponível em: Spotify. Acesso em: 05 maio 2024.
Episódio 29 - "As Loucuras de Springfield"	26 min	Eu Te Amo, Dr. Zaius. Episódio 29, "As Loucuras de Springfield". Disponível em: Spotify. Acesso em: 05 maio 2024.
Episódios 31-38 e 40-52, 54-57, 59-60	Vários	Cada episódio está disponível no Spotify

Fonte: Elaboração Própria (2024)

Este quadro 5, lista os episódios do podcast "Eu Te Amo, Dr. Zaius" escutados para proporcionar um contexto adicional à pesquisa, mas que não foram analisados diretamente no trabalho. Esses episódios oferecem insights valiosos sobre as interpretações e discussões dos fãs de The Simpsons, ajudando a compor um panorama mais abrangente da cultura de fãs em torno da série. Total de Horas Escutadas para Contexto Adicional: Aproximadamente 38 horas.

Ao final, a metodologia qualitativa, composta pela Análise de Discurso e pela Netnografia, permitiu uma abordagem robusta e detalhada sobre a influência e o engajamento dos fãs com The Simpsons. Cada etapa de coleta e análise foi pensada para identificar a relação simbiótica entre a série e sua comunidade, evidenciando como o fandom impacta e redefine a narrativa original.

A seguir, na análise dos resultados, serão explorados os dados coletados por meio dos episódios selecionados, das interações observadas nos fóruns e das discussões em podcasts. Esses elementos revelarão como as práticas e reações dos fãs contribuem não apenas para a difusão da marca, mas também para as adaptações da série a partir das críticas e demandas da audiência, apontando para os benefícios e desafios dessa relação na gestão da identidade da marca The Simpsons.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A análise de resultados é crucial para a pesquisa, pois permite que o pesquisador interprete os dados coletados e transforme essas informações em conhecimento, possibilitando um melhor entendimento do fenômeno estudado e contribuindo para o avanço teórico e prático no campo. A presente seção visa aprofundar a investigação sobre a complexa e multifacetada relação entre *The Simpsons* e a Cultura de Fãs, estruturando a análise em três grandes blocos temáticos que, em conjunto, revelam o impacto e os desdobramentos da participação ativa dos fãs na construção e preservação das grandes franquias midiáticas. Cada bloco temático foi concebido para oferecer ao leitor uma compreensão abrangente, mas instigante, do papel do fã enquanto agente transformador, cocriador e crítico, cujas contribuições são, ao mesmo tempo, indispensáveis e desafiadoras para a marca. Ao organizar a análise de resultados desta forma, busca-se atrair a curiosidade do leitor e conduzi-lo por um percurso que desvela gradualmente a complexidade deste fenômeno, sem, contudo, esgotar os pontos de reflexão que surgem ao longo do caminho.

No primeiro bloco, a narrativa se concentra na própria série *The Simpsons*, explorando seu surgimento, os elementos de criação e produção, e o desenvolvimento da franquia desde seu início como uma ousada sátira social até sua consagração como um ícone cultural e um produto de culto mundial. Neste ponto, são analisados não apenas os processos de criação e pós-produção de episódios, mas também as adaptações e mudanças feitas pelos criadores ao longo dos anos em resposta ao crescimento de uma base de fãs cada vez mais ativa e exigente. Ao trazer uma leitura crítica da evolução da série, o bloco pretende responder à questão de como a Cultura de Fãs se consolidou no ambiente digital, transformando o espectador de um mero consumidor em um participante ativo e engajado. Neste sentido, a análise perpassa o modo como *The Simpsons* — de modo pioneiro — ajusta personagens, modifica narrativas e, em certos momentos, lança produtos em diálogo com as expectativas e exigências de sua audiência. O leitor é, então, convidado a explorar as implicações desse processo: de que maneira essa transformação impacta o universo ficcional e a autenticidade de uma série que sempre se destacou pela crítica irreverente e pela sua capacidade de adaptação aos tempos e às demandas culturais?

O segundo bloco conduz o leitor a uma reflexão mais profunda sobre o papel do fã e o poder do fandom como elemento fundamental para a vitalidade das grandes franquias. No âmbito desta seção, a análise se debruça sobre a própria definição de “ser fã” e a força da

Cultura de Fãs para o mercado e a produção cultural contemporânea. Explora-se aqui o conceito de fandom como um fenômeno que transcende a simples admiração e passa a ser um espaço de produção, participação e identidade para os admiradores de *The Simpsons*. O fandom é interpretado não apenas como uma comunidade engajada, mas como um dos pilares que sustentam a relevância cultural e mercadológica de uma marca. Ao avaliar como o engajamento dos fãs contribui para o fortalecimento da franquia, a ampliação de sua visibilidade e o estreitamento dos laços afetivos com o público, o bloco busca responder ao segundo objetivo da pesquisa. Por meio dessa análise, o leitor é instigado a entender como a relação simbiótica entre fãs e criadores torna o fandom um aliado estratégico para a marca, oferecendo um vínculo que ultrapassa o entretenimento e estabelece uma conexão emocional e duradoura.

No terceiro e último bloco, a análise adentra os benefícios, desafios e limitações inerentes a essa nova e dinâmica relação entre os fãs e a marca. Nesta etapa, propõe-se uma reflexão crítica sobre o comportamento do fã enquanto cocriador e os efeitos dessa postura na gestão e manutenção da identidade de *The Simpsons*. São apresentados exemplos que ilustram tanto os resultados positivos como os conflitos gerados por uma relação tão íntima e, por vezes, desafiadora. Ao tratar de situações em que o engajamento dos fãs impulsionou a série e outras em que as demandas e interpretações do fandom impuseram dilemas aos criadores, a análise traz à tona as dificuldades enfrentadas por uma grande franquia ao lidar com as expectativas e interpretações de sua base de fãs. O leitor é então conduzido a questionar até que ponto a participação ativa dos fãs é benéfica e em que medida ela ameaça a integridade da narrativa e da marca. Este bloco responde ao último objetivo do estudo e conclui a seção ao evidenciar a necessidade de uma gestão cuidadosa e equilibrada que permita o engajamento e a inovação, ao mesmo tempo em que preserva os valores e a essência da franquia.

Dessa forma, a análise de resultados se desenvolve de maneira a manter o leitor atento e reflexivo, convidando-o a acompanhar as complexas e intrigantes interações entre fãs e franquia. Ao longo dos blocos temáticos, espera-se revelar como a Cultura de Fãs representa não apenas um apoio valioso para *The Simpsons*, mas também um terreno fértil para novas possibilidades de engajamento e, simultaneamente, para tensões e limites que desafiam a criação e a gestão de produtos culturais duradouros.

4.1 - A Origem e a Influência dos Fãs na Evolução do Sofá Laranja



Figura 1 Entre o sofá e a tela.

Fonte:

<https://aventurasnahistoria.com.br/noticias/reportagem/ossimpsons-veja-inspiracoes-reais-para-animacao-mais-fa-mosa-da-historia.phtml> (2024)

A série animada *The Simpsons*, idealizada por Matt Groening³⁷, teve sua estreia oficial em 17 de dezembro de 1989, transmitida pela rede de televisão Fox. A ideia para a série surgiu de maneira quase acidental, quando Groening foi convidado a criar uma série de curtas animados para o programa *The Tracey Ullman Show*³⁸. Inicialmente, Groening pensou em adaptar sua famosa história em quadrinhos *Life in Hell*³⁹, um trabalho de crítica social centrado em coelhos antropomórficos e temáticas existenciais. Entretanto, ele logo percebeu que adaptar sua obra poderia implicar na perda dos direitos autorais sobre o material original, uma vez que seria necessário ceder esses direitos para a Fox. Para evitar tal situação, Groening decidiu criar algo totalmente novo enquanto esperava ser chamado para apresentar suas ideias aos produtores. Dessa forma, em poucos minutos, esboçou os personagens que formariam a icônica família Simpson: Homer, Marge, Bart, Lisa e Maggie. Inspirado em sua própria experiência familiar, ele batizou os personagens com os nomes de seus familiares reais, exceto Bart, cujo nome é um anagrama de "brat" (em inglês, "pestinha"), em referência

³⁷ Criador de *The Simpsons*, Matt Groening é um cartunista e escritor norte-americano, cujo trabalho inovador em sátira social e humor ácido transformou *The Simpsons* em um ícone cultural global.

³⁸ Programa de comédia onde *The Simpsons* fez sua estreia em 1987 como curtas animados antes de se tornar uma série própria.

³⁹ Tira de quadrinhos criada por Matt Groening em 1977, que explora temas existenciais e satíricos e inspirou elementos de *The Simpsons*.

ao comportamento travesso do personagem. Os Simpsons se apresentam como uma família de classe média típica dos subúrbios dos Estados Unidos, mas com um tom propositalmente caricatural e satírico, onde situações familiares cotidianas são frequentemente levadas ao extremo para explorar temas universais e comportamentos característicos da sociedade americana.

A família passou, inicialmente, por um período de experimentação no *The Tracey Ullman Show*, onde apareceu em curtas de cerca de 1 a 2 minutos entre 1987 e 1989. Esses curtas logo se tornaram extremamente populares, destacando-se pela maneira com que abordavam temas delicados e universais, como conflitos familiares, críticas aos estereótipos culturais e questionamentos sobre o "sonho americano". A popularidade dos curtas chamou a atenção dos executivos da Fox, que viram um grande potencial na criação de uma série própria para os personagens. Assim, em 1989, *The Simpsons* ganhou seu próprio espaço na grade da Fox, tornando-se uma das primeiras séries animadas a ser exibida em horário nobre desde *Os Flintstones*⁴⁰ na década de 1960.

Com a estreia oficial de *The Simpsons* como uma série independente, o programa começou a explorar temas sociais e políticos de forma mais profunda e incisiva. O lançamento da série ocorreu em um período de profundas transformações sociais nos Estados Unidos, marcado por discussões políticas e culturais sobre identidade, liberdade de expressão e valores tradicionais. Como uma das primeiras animações a ser exibida em horário nobre, *The Simpsons* conquistou um público amplo e diversificado, desafiando convenções televisivas e estabelecendo um novo patamar para animações voltadas ao público adulto. Com diálogos afiados e situações cotidianas elevadas ao absurdo, a série rapidamente se tornou um fenômeno de audiência, refletindo o espírito do final da década de 1980 e início dos anos 1990, uma era em que o público ansiava por produções que abordassem de maneira desinibida as contradições da sociedade. Com o sucesso inicial, *The Simpsons* não apenas capturou o clima da época, mas passou a moldar a cultura pop americana, influenciando gerações de espectadores e outras produções animadas como *Family Guy*, *South Park* e *Futurama*⁴¹.

A produção utilizava a sátira e o humor ácido para criticar diversos aspectos do cotidiano americano, desde a vida suburbana e a cultura do consumo até o sistema

⁴⁰ Série animada lançada em 1960 pela Hanna-Barbera, que retrata a vida da família Flintstone na Idade da Pedra e é considerada a primeira animação de sucesso no horário nobre da TV, abrindo caminho para séries como *The Simpsons*.

⁴¹ Animações populares americanas para o público adulto. *Family Guy* (1999), criada por Seth MacFarlane, é conhecida pelo humor ácido e as sátiras culturais. *South Park* (1997), criada por Trey Parker e Matt Stone, explora temas sociais e políticos com humor irreverente. *Futurama* (1999), também criada por Matt Groening, é uma comédia de ficção científica ambientada no futuro, com temas satíricos e críticas à sociedade.

educacional, o trabalho e o governo. Eles trouxeram uma abordagem diferente para a televisão, desafiando os limites do humor e promovendo reflexões sociais, tudo isso sob o disfarce de uma animação. O estilo visual e o humor da série são destacados pelo tom e pelo traço único de Groening. Os personagens amarelos com grandes olhos e formatos inusitados tornaram-se icônicos e inconfundíveis, enquanto o estilo de humor irreverente e subversivo rapidamente se diferenciou das animações tradicionais da época, que geralmente se destinavam ao público infantil.

Já em seus primeiros episódios, *The Simpsons* não apenas refletiu a cultura americana, como também passou a influenciá-la, incluindo inúmeras referências à política, à mídia, à cultura pop e a figuras públicas, o que deu à série um caráter quase documental da vida e dos valores americanos. A animação rapidamente ganhou notoriedade ao abordar com naturalidade e crítica questões que geralmente eram evitadas pela televisão tradicional. Assuntos como a disfuncionalidade familiar, o papel da mulher, a relação com o trabalho e a relação com o consumo, passaram a ser questionados por meio dos diálogos e das situações protagonizadas pela família. Ao longo dos anos, o programa evoluiu para além de seu propósito inicial, dialogando com as diferentes gerações que acompanharam sua trajetória, além de se expandir para outras mídias, como quadrinhos, filmes, videogames e até parques temáticos. A produção ganhou prêmios importantes, incluindo múltiplos Emmy Awards⁴², e consolidou-se como a série animada mais longa da história da televisão americana. Desde sua estreia em 1989, *The Simpsons* tem se adaptado constantemente para permanecer relevante em um cenário cultural em transformação contínua. Criada por Matt Groening e transmitida pela Fox, a série rapidamente se estabeleceu como um ícone da cultura pop americana, utilizando a sátira para criticar o estilo de vida e os valores sociais dos Estados Unidos. Nos primeiros anos, os episódios eram focados em dilemas e conflitos familiares cotidianos, explorando com humor a disfuncionalidade típica de uma família americana comum. Essa autenticidade nas representações de classe média, combinada com a abordagem satírica, permitiu que *The Simpsons* se conectasse profundamente com o público, refletindo as próprias vivências e valores da audiência da época.

Ao longo dos anos 1990, no entanto, a série expandiu seu escopo temático, acompanhando as rápidas transformações sociais e culturais. Episódios começaram a

⁴² Prêmio anual da televisão americana, reconhecendo excelência na indústria televisiva. As categorias do Emmy abrangem séries, filmes e produções para TV, celebrando atuações, direção, roteiros e aspectos técnicos. *The Simpsons* é uma das animações mais premiadas, com múltiplos Emmy Awards por sua contribuição inovadora e impacto cultural na televisão.

incorporar críticas ao sistema político, à cultura pop, ao meio ambiente e às grandes corporações, como exemplificado em “Bart vs. Thanksgiving” (Temporada 2, Episódio 7), que questiona o peso das tradições familiares americanas e “Homer the Vigilante” (Temporada 5, Episódio 11), no qual a série explora temas de justiça e moralidade. A adaptação da série aos novos tempos incluiu uma postura mais ousada ao satirizar figuras públicas e eventos recentes, demonstrando o desejo dos roteiristas de dialogar diretamente com o contexto cultural e histórico. Nos anos 2000, a chegada das tecnologias digitais e a popularização da internet permitiram que a interação dos fãs com a série se intensificasse, criando novas formas de participação e engajamento. Essa era digital possibilitou que The Simpsons se tornasse mais do que uma série televisiva, expandindo-se para um verdadeiro fenômeno de convergência midiática. A série incorporou o feedback direto dos fãs por meio de redes sociais, fóruns de discussão, e outros meios digitais, o que se refletiu na adaptação de personagens e na criação de novos arcos narrativos. Um exemplo dessa interação é o episódio “Much Apu About Nothing” (Temporada 7, Episódio 23), que explora estereótipos culturais por meio do personagem Apu, uma abordagem que posteriormente foi revisitada em resposta a críticas e discussões entre os fãs, em que os produtores procuraram ajustar a representação de Apu para refletir uma sociedade mais consciente de temas como racismo e inclusão.

Essa constante adaptação da série às demandas culturais é destacada em análises como as realizadas no podcast “Eu Te Amo, Dr. Zaius”, onde episódios como “A Noite das Bruxas” (Episódio 10) e “Marge Contra o Monotrilho” (Episódio 53) discutem a expectativa dos fãs em relação a elementos icônicos da série, como o especial Treehouse of Horror, que passou a ser uma série de episódios especiais de The Simpsons, exibidos anualmente no período de Halloween, onde são apresentadas histórias de terror e ficção científica em formato de antologia. Cada episódio é composto por três segmentos independentes, geralmente paródias de clássicos do horror e temas sobrenaturais, proporcionando uma visão sombria e humorística de Springfield e seus personagens. Esses episódios revelam como The Simpsons explorou o gênero de terror e temas sobrenaturais, atendendo ao interesse dos fãs por formatos que fogem da narrativa tradicional da série e que se tornaram uma marca anual aguardada com entusiasmo. Essas discussões aprofundam a compreensão do papel do fã como cocriador da narrativa, uma ideia presente na cultura de fãs contemporânea. Os fãs não são apenas consumidores passivos, mas participantes ativos que influenciam diretamente o conteúdo da série, seja através de críticas, sugestões ou até mesmo demandas. Como evidenciado em debates públicos e entrevistas, os produtores de The Simpsons têm considerado a recepção

dos fãs para ajustes em personagens e enredos, conforme afirmou o produtor Al Jean⁴³: “Estamos em um momento em que o feedback do público é constante, e precisamos considerar como isso impacta a percepção e a relevância da série” (JEAN, 2022).

Por mais de 30 anos, *The Simpsons* também exemplificou a convergência de mídias, expandindo-se para além dos episódios televisivos e incorporando produtos licenciados, quadrinhos, filmes, jogos e até parques temáticos. Essa estratégia não só reforçou a robustez da série como marca, mas também atraiu novos públicos de diferentes gerações e nacionalidades. O sucesso da série em novas mídias reflete sua capacidade de adaptação e a importância do fandom na sustentação de sua popularidade global. O episódio “Lisa the Vegetarian” (Temporada 7, Episódio 5), por exemplo, aborda a consciência ambiental e o ativismo, temas que na época estavam em crescimento e que ganharam ainda mais relevância em contextos digitais e midiáticos. Esses episódios icônicos não apenas atraíram novos fãs, mas também foram intensamente debatidos em comunidades online e podcasts como “Eu Te Amo, Dr. Zaius”, revelando a continuidade da relevância da série e a conexão emocional que ela estabelece com seu público. Como discutido no episódio “Bart Ganha um Elefante” do podcast, esses temas possibilitam que *The Simpsons* seja constantemente reinterpretado e ressignificado pelo seu público, evidenciando a flexibilidade temática que mantém a série em sintonia com as transformações culturais.

Essa evolução ao longo das décadas exemplifica como a série, por meio de adaptações e da influência dos fãs, se consolidou como um fenômeno cultural. As análises dos episódios e as discussões promovidas por podcasts mostram que a série não apenas acompanhou as mudanças culturais e tecnológicas, mas também se reinventou em resposta ao feedback dos fãs, estabelecendo um espaço de cocriação que transcende as telas. Esse caráter colaborativo e flexível é o que permitiu que *The Simpsons* se tornasse a série animada mais longa da história da televisão americana, com um legado cultural que perdura e se renova com o tempo.

4.1.1 Dos Rascunhos à Tela: A Jornada de Criação dos Episódios de Springfield

A criação de um episódio de *The Simpsons* começa com uma ideia inicial, muitas vezes inspirada em acontecimentos atuais, cultura pop ou temas sociais que possam ser

⁴³ Roteirista e produtor de *The Simpsons*, Al Jean é uma figura-chave na equipe desde as primeiras temporadas da série. Tornou-se showrunner e produtor executivo, conhecido por seu papel em moldar o tom satírico e a longevidade do programa. Sua gestão é marcada pela adaptação da série às mudanças culturais e tecnológicas, mantendo sua relevância ao longo das décadas.

abordados de forma humorística e crítica. Esse conceito é apresentado durante reuniões de brainstorming entre os roteiristas, que discutem e desenvolvem possíveis enredos. Desde o início, Matt Groening estabeleceu uma cultura de colaboração no processo criativo, com o objetivo de reunir diferentes perspectivas e estilos humorísticos para enriquecer a narrativa. Cada ideia, por mais simples que seja, é tratada como ponto de partida para um roteiro que mescla o cotidiano com o absurdo, refletindo o tom irreverente e satírico que caracteriza a série. O processo de escrita envolve várias etapas de refinamento, a equipe de roteiristas esboça o enredo principal, delineando os pontos centrais e os conflitos que servirão de estrutura para o episódio. Esse esquema inicial é, então, transformado em um roteiro completo, passando por várias revisões e ajustes para garantir que cada cena e diálogo estejam alinhados à sátira e à análise social que são esperadas. É comum que diferentes roteiristas sugiram mudanças e melhorias no roteiro, com o objetivo de elevar a qualidade cômica e a coesão da história. Segundo Groening, “o processo de escrita é uma mistura de técnica e intuição. Os roteiristas precisam captar o espírito da série e saber onde o humor ácido pode ser mais eficaz” (GROENING, 2015).

Após a finalização do roteiro, o episódio entra em uma fase de revisão intensa, que é conduzida principalmente pelo showrunner⁴⁴ e produtores executivos. Al Jean, um dos principais showrunners de *The Simpsons*, explica que a série tem uma forte tradição de “aperfeiçoamento cômico”, onde cada piada e cada referência cultural são analisadas e, se necessário, retrabalhadas para garantir a atualidade e a relevância da sátira. Jean ressalta a importância de adaptar o humor aos tempos atuais sem perder a essência crítica da série: “Nós sempre tentamos inovar e acompanhar as tendências, sem perder o humor ácido que caracteriza *The Simpsons*” (JEAN, 2015). Esse rigor na escrita e revisão ajuda a manter a série atualizada e conectada com seu público, mesmo após décadas no ar. Para além da redação e revisão, a produção de *The Simpsons* inclui a intrincada fase de animação, realizada por uma equipe comprometida de artistas e animadores. Inicialmente, a série recorria à animação tradicional manual, um processo lento que demandava um trabalho meticuloso para a elaboração de cada quadro. Cada episódio demorava em média de seis a nove meses para ser concluído, com várias equipes trabalhando simultaneamente em diversos episódios para atender ao cronograma estabelecido. Com o passar do tempo e o progresso tecnológico, a produção de *The Simpsons* começou a utilizar animação digital, o que acelerou o processo e diminuiu o tempo de produção, mantendo o estilo visual que já se tornou um ícone da série.

⁴⁴ Principal responsável pela supervisão criativa e execução de uma série de televisão, o showrunner coordena a equipe de roteiristas, produção e direção, garantindo a consistência narrativa e a qualidade da obra.

A animação digital, introduzida de forma gradual, trouxe melhorias significativas para o processo de produção. A tecnologia permitiu que os animadores criassem detalhes mais elaborados, utilizassem efeitos especiais e experimentassem ângulos de câmera mais dinâmicos. Essa mudança, entretanto, foi implementada com o cuidado de manter o traço e o estilo característicos da série. A manutenção do estilo visual original foi uma prioridade, pois ele se tornou um símbolo do programa, reconhecido mundialmente. Após a criação dos storyboards⁴⁵, que apresentam as cenas e os movimentos de cada personagem, o episódio passa pela fase de dublagem, onde os dubladores dão voz aos personagens. A dublagem é uma etapa fundamental, pois permite que a personalidade de cada personagem seja expressa através da interpretação dos atores. Desde os primeiros episódios, dubladores como Dan Castellaneta (Homer), Julie Kavner (Marge), Nancy Cartwright (Bart) e Yeardley Smith (Lisa) contribuíram para dar vida aos personagens e definir seus traços distintivos. Atores convidados também participam frequentemente da série, dublando personagens especiais e contribuindo com suas vozes para enriquecer o universo de Springfield.

A etapa final da produção é a edição, onde os produtores e diretores ajustam o timing cômico e fazem ajustes finais de áudio e vídeo. Durante essa fase, as cenas são organizadas para garantir que a narrativa flua de maneira coesa e que o humor se mantenha afiado. É comum que, durante a edição, sejam adicionados pequenos detalhes visuais ou sonoros que complementam a piada principal ou adicionam camadas de ironia às cenas. Esse refinamento detalhado é uma das marcas de *The Simpsons*, que desde o início se destacou pela complexidade e riqueza de seus episódios.

A criação de cada episódio, portanto, é um processo colaborativo e meticuloso, que envolve diversas etapas de revisão, escrita, animação e edição. Esse rigor na produção é o que permite que a série mantenha seu padrão de qualidade, com histórias que combinam humor, parecer social e relevância cultural. Ao longo dos anos, o programa adaptou-se às mudanças tecnológicas e culturais, mas sempre preservando a essência satírica que a transformou em um fenômeno global. *The Simpsons* foi uma das primeiras séries de animação a se consolidar como um produto de apelo comercial global, transcendendo o formato televisivo e tornando-se um fenômeno cultural. Desde sua estreia, a série não apenas capturou o público americano, mas também conquistou uma base de fãs ao redor do mundo, explorando diversas estratégias de distribuição e adaptação para mercados internacionais. Seu sucesso foi reforçado pela capacidade dos criadores e executivos de entenderem o potencial da série como

⁴⁵ Sequências de ilustrações ou quadros que representam visualmente cada cena de uma produção, servindo como um guia para o desenvolvimento de filmes, séries ou animações.

uma marca com valor de longo prazo, algo que influenciou diretamente a forma como o programa foi promovido e expandido para diferentes públicos e mídias.

Inicialmente, a série foi distribuída em canais de televisão abertos e a cabo, tornando-se um produto acessível para uma ampla audiência. À medida que ganhava popularidade, *The Simpsons* foi licenciada para transmissão internacional, sendo dublada e legendada em diversos idiomas para que pudesse alcançar novas audiências. No Brasil, a série rapidamente conquistou uma base de fãs sólida e duradoura, sendo exibida tanto em canais de TV a cabo como Fox e, mais tarde, em canais de TV aberta como a Globo e a Band, o que ampliou seu acesso ao público brasileiro. A adaptação dos diálogos e das piadas para o contexto brasileiro, respeitando o humor sarcástico e irreverente da série, também foi um fator essencial para sua aceitação no país.

Além da distribuição televisiva, o licenciamento de produtos foi uma das estratégias que consolidou *The Simpsons* como uma marca comercial poderosa. A série explorou uma vasta gama de produtos licenciados que incluíam brinquedos, roupas, acessórios, livros, álbuns de música, e até mesmo bebidas e alimentos. Produtos como camisetas estampadas com os personagens, bonecos de ação, mochilas escolares e jogos de tabuleiro tornaram-se itens populares e icônicos, especialmente entre os fãs mais jovens. Esse tipo de produto não só reforça a identidade da série, mas também permite que os fãs expressem sua conexão com a marca no cotidiano. A presença de *The Simpsons* no mercado de videogames foi outro marco importante na sua trajetória de adaptação ao mercado. Desde os anos 1990, a série foi adaptada para diversos consoles e plataformas de games, com jogos que permitiam ao público interagir diretamente com o universo de Springfield. Títulos como *The Simpsons: Hit & Run*⁴⁶, lançado em 2003, tornaram-se extremamente populares e foram elogiados tanto por fãs quanto pela crítica especializada. Os jogos permitiram uma experiência mais imersiva, onde os fãs podiam controlar personagens como Homer e Bart em cenários inspirados na série, adicionando uma dimensão interativa que reforçou o apelo da marca entre jovens e adultos.

Com a ascensão das plataformas de streaming⁴⁷, a animação também se adaptou para esse novo formato, que passou a redefinir os hábitos de consumo de conteúdo audiovisual. A inclusão da série no catálogo da Disney+, foi um passo estratégico, pois ofereceu acesso contínuo a todas as temporadas, facilitando o consumo para novas gerações e garantindo que

⁴⁶ Jogo de videogame lançado em 2003, inspirado na série *The Simpsons*, onde os jogadores exploram a cidade de Springfield com personagens icônicos, completando missões em um estilo de jogo similar ao de aventuras de mundo aberto.

⁴⁷ Tecnologia que permite a transmissão contínua de áudio e vídeo pela internet sem a necessidade de download completo, facilitando o acesso instantâneo a conteúdos como filmes, séries e músicas em plataformas digitais.

o programa se mantivesse acessível em um formato moderno. Isso não apenas democratizou o acesso aos episódios, mas também permitiu que novos fãs descobrissem *The Simpsons* e que fãs antigos revisitassem temporadas icônicas. O streaming, portanto, assegura a continuidade da série e mantém sua relevância em um cenário em que o consumo de conteúdo on-demand⁴⁸ é cada vez mais comum. A adaptação das marcas ao ambiente digital é essencial para sua permanência e para captar o público jovem, que prefere a flexibilidade oferecida pelos serviços de streaming.

Além do streaming, as redes sociais têm desempenhado um papel crucial na promoção e disseminação de *The Simpsons* em escala global. A série, com suas inúmeras cenas icônicas e diálogos memoráveis, tornou-se uma fonte inesgotável de memes, citações e referências compartilhadas online. Fãs e páginas dedicadas criam e compartilham conteúdos relacionados aos episódios, recriando cenas e ampliando o impacto cultural da série. Plataformas como Twitter, Instagram e TikTok, onde conteúdos visuais e humorísticos ganham enorme visibilidade, têm sido fundamentais para manter *The Simpsons* na esfera pública, permitindo que a série interaja com um público mais jovem e digitalmente conectado. Como observa Jenkins (2022), as redes sociais ampliam o alcance das narrativas e fortalecem a cultura participativa, onde os próprios fãs se tornam embaixadores das marcas.

“Os fãs sempre foram os primeiros a se adaptar às novas tecnologias de mídia; a fascinação pelos universos ficcionais muitas vezes inspira novas formas de produção cultural, de figurinos a fanzines e, hoje, de cinema digital. Os fãs são o segmento mais ativo do público das mídias, aquele que se recusa a simplesmente aceitar o que recebe, insistindo no direito de se tornar um participante pleno.” (JENKINS, 2022 p. 190)

A adaptação ao mercado também implicou no desenvolvimento de atrações e vivências interativas, como parques temáticos inspirados no seriado. Por exemplo, a Universal Studios⁴⁹ criou uma área temática de Springfield em seus parques na Flórida e na Califórnia, permitindo que os visitantes "entrem" no universo de *The Simpsons*, interajam com personagens e experimentem cenários emblemáticos, como o bar do Moe e a lanchonete Krusty Burger⁵⁰. Essas atrações não só aumentam o apelo comercial da série, como também intensificam a ligação emocional dos admiradores com o universo dos *Simpsons*, possibilitando uma experiência mais palpável e envolvente.

⁴⁸ Sistema de acesso a conteúdos digitais, como filmes, séries e músicas, onde o usuário escolhe o que assistir ou ouvir e quando, sem depender de horários de transmissão pré-determinados.

⁴⁹ Complexo de estúdios de cinema e parques temáticos conhecido por suas atrações inspiradas em filmes e séries populares, incluindo uma área dedicada a *The Simpsons*, onde os visitantes podem vivenciar o universo de Springfield.

⁵⁰ Locais icônicos de *The Simpsons*, o Bar do Moe é o pub frequentado por Homer e seus amigos, e o Krusty Burger é a famosa rede de fast-food do palhaço Krusty, ambos representando a vida cotidiana de Springfield e a sátira social presente na série.

4.1.2 Entre *Donuts* e Diálogos: A Transformação de *The Simpsons* na Era dos Fãs

A persistência de *The Simpsons* e sua habilidade de se manter relevante por mais de trinta anos estão intrinsecamente ligadas à capacidade da série de se ajustar ao cenário sociocultural em constante transformação. A série, que estreou em 89, começou com uma premissa básica: ridicularizar a vida da classe média americana através das dinâmicas familiares e das situações do dia a dia da disfuncional família Simpson. Contudo, ao longo dos anos, essa abordagem evoluiu, passando a abordar temas cada vez mais amplos e complexos, o que permitiu que a série permanecesse atual e conectada com diferentes gerações de espectadores.

Os roteiros de *The Simpsons* começaram a abordar temas globais e contemporâneos na década de 2000. Episódios como “Bart vs. Thanksgiving” (Temporada 2, Episódio 7) não apenas exploram os dilemas de uma celebração familiar tradicional americana, mas refletem as tensões e os valores culturais da época, questionando a obrigatoriedade e o simbolismo das tradições. A incorporação desses temas permitiu que a série ultrapassasse sua premissa inicial, tornando-se um meio de reflexão e crítica acerca de problemas sociais e políticos atuais. No episódio “Homer the Vigilante” (Temporada 5, Episódio 11), por exemplo, a série mergulha na questão da segurança pública e da moralidade comunitária, lançando um olhar satírico sobre a forma como a sociedade lida com a justiça e a vigilância. Esses episódios, ainda que cômicos, servem como veículo para discussões que transcendem o humor familiar. O podcast “Eu Te Amo, Dr. Zaius”, no episódio “A Noite das Bruxas” (Episódio 10), ressalta a importância do *Treehouse of Horror*, o especial anual de Halloween, que se consolidou como um evento esperado e altamente debatido entre os fãs. Este especial permite que os criadores da série abordem temas sobrenaturais e absurdos, explorando o humor negro e o surrealismo que o público de *The Simpsons* tanto aprecia, enquanto desafia os padrões narrativos convencionais. Outro exemplo é discutido no episódio “Marge Contra o Monotrilho” (Episódio 53), que aborda a construção de um monotrilho em Springfield como crítica ao consumismo desenfreado e às soluções simplistas oferecidas por lideranças públicas — um episódio que reflete a crescente desconfiança do público em relação a promessas de melhorias milagrosas que desconsideram consequências práticas.

Com o avanço da internet e o impacto das redes sociais na sociedade moderna, *The Simpsons* também adaptou seu conteúdo para refletir o cenário digital e as ansiedades

associadas à era da informação. Episódios mais recentes discutem temas como o poder das fake news⁵¹, o culto às celebridades e a disseminação de informações virais. Em “Bart’s Not Dead”, por exemplo, a série aborda como rumores falsos e polêmicas se espalham nas redes sociais, manipulando a percepção pública. Esse episódio explora criticamente a cultura das celebridades e o impacto do sensacionalismo digital, uma preocupação relevante para o público jovem e digitalmente engajado. Ao incorporar temas contemporâneos, *The Simpsons* não apenas permanece relevante, mas também constrói um diálogo direto com a audiência, abordando as transformações e dilemas culturais que surgem no ambiente digital. Além de modificar seu conteúdo temático, a animação sofreu alterações significativas na representação de seus personagens, demonstrando uma maior preocupação com a representatividade e a diversidade. Inicialmente, figuras como Apu Nahasapeemapetilon, o indiano imigrante proprietário do Kwik-E-Mart⁵², eram formadas com base em estereótipos que tinham como objetivo realçar o tom humorístico da série. Contudo, com o aumento dos debates sobre representação, particularmente após a estreia do documentário *The Problem with Apu* (2017), o personagem passou a ser alvo de críticas por perpetuar estereótipos danosos. Hank Azaria⁵³, dublador do personagem, reconheceu o impacto negativo que essa representação poderia ter, afirmando: “Eu não sabia melhor, mas agora sei. Se alguém de alguma forma sofreu ou teve problemas por causa do Apu, eu sinto muito por isso” (AZARIA, 2020). A decisão de reduzir a presença de Apu na série e de alterar a política de dublagem, evitando que personagens de minorias fossem interpretados por atores brancos, representa um esforço da equipe de produção em adaptar-se às expectativas de uma sociedade mais consciente sobre inclusão e responsabilidade social.

Homer Simpson foi outro personagem que sofreu alterações ao longo dos anos. No começo da série, Homer era retratado como um pai dedicado e com boas intenções, apesar de apresentar atitudes desajeitadas e imaturas. Ao longo do tempo, sua conduta se tornou mais exagerada e caricata, espelhando uma tendência de comédia na televisão que privilegia personagens absurdos e situações extremas. Para muitos admiradores, essa "normalização" do personagem afastou Homer de sua função original de pai de família, fazendo dele uma representação caricatural do americano típico. Podemos dizer que a adaptação de Homer

⁵¹ Informação falsa ou enganosa difundida com o intuito de manipular a opinião pública, muitas vezes amplificada nas redes sociais e em veículos de mídia.

⁵² Loja de conveniência fictícia da série *The Simpsons*, conhecida por seu proprietário, Apu Nahasapeemapetilon, e por satirizar o modelo de franquias populares de conveniência nos Estados Unidos.

⁵³ Ator e dublador americano conhecido por dar voz a vários personagens de *The Simpsons*, incluindo Apu, Moe Szyslak e Chefe Wiggum.

reflete uma resposta da série ao gosto do público moderno, que se identifica com uma abordagem cômica mais irônica e irreverente, onde o exagero e a sátira tornam-se mecanismos de engajamento. Lisa Simpson também foi transformada ao longo do tempo para incorporar temas progressistas e socialmente relevantes. Desde os primeiros curtas, a personagem evoluiu de uma “Bart feminina” para uma figura intelectual e moralmente consciente. No episódio “Lisa the Vegetarian” (Temporada 7, Episódio 5), a série abordou o tema do vegetarianismo e da consciência ambiental, alinhando-se com o público jovem e engajado. O episódio do podcast “Eu Te Amo, Dr. Zaius”, dedicado ao tema (Episódio 58), debate como a posição de Lisa sobre o vegetarianismo contribuiu para que a série explorasse um novo nicho de fãs conscientes e ambientalmente responsáveis, promovendo discussões que ecoaram nas redes sociais.

O relacionamento entre as alterações internas na série e as reações do público é um dos elementos que favorecem a longevidade de *The Simpsons*. Seus criadores e escritores têm demonstrado sensibilidade ao levar em conta as reações do público e ajustar seus personagens e assuntos conforme a demanda. Este diálogo entre criadores e audiência ilustra a ideia de Cultura Participativa, conforme explicado por Jenkins (2022), onde o público não é meramente um espectador, mas também um cocriador. Portanto, as adaptações em *The Simpsons* demonstram sua capacidade de se comunicar com diversas gerações, adaptando personagens e temas para se adequar à sociedade atual. Ao ampliar seu alcance e adaptar suas representações, a série se estabelece como um fenômeno cultural que vai além do entretenimento, assumindo-se como um espelho crítico das mudanças culturais e sociais.

A comunidade de fãs de *The Simpsons* é amplamente reconhecida, estabelecendo um padrão de envolvimento que persiste em influenciar a cultura dos fãs até os dias atuais. Desde o início da série, admiradores globais uniram-se para trocar suas interpretações, teorias e críticas acerca dos episódios, estabelecendo um ambiente colaborativo onde o material de *The Simpsons* é constantemente debatido e reinterpretado. A série ganhou grande popularidade graças à habilidade dos fãs de fomentar discussões e disseminar o material em vários ambientes digitais, como fóruns e blogs, e, mais recentemente, nas redes sociais, onde cenas, diálogos e personagens são frequentemente reinterpretados através de memes, vídeos e citações.

No episódio “Bart vs. Thanksgiving” (Temporada 2, Episódio 7), por exemplo, muitos fãs interpretaram a celebração familiar e a discussão sobre tradições como uma sátira à forma

como os americanos lidam com feriados, gerando debates profundos em fóruns como No Homers Club. Este episódio ilustra como a série permite múltiplas camadas de interpretação, incentivando os fãs a explorarem significados além do humor. Já “Much Apu About Nothing” (Temporada 7, Episódio 23) representa outro ponto crucial para o fandom. O episódio aborda o tema da imigração e preconceito cultural de forma humorística, mas também crítica. Este episódio gerou um grande debate entre os fãs sobre a forma como Apu, um imigrante indiano, foi retratado ao longo dos anos. Essas discussões ganharam relevância com o lançamento do documentário *The Problem with Apu* (2017), que catalisou um movimento dentro do fandom e levou os criadores a refletirem sobre as representações culturais na série. O conceito de fandom abrange uma participação ativa e criativa dos fãs, que não se limitam ao consumo passivo da obra, mas contribuem para a expansão de seu universo através de produções derivadas e conteúdo autoral. Fãs de *The Simpsons* frequentemente criam conteúdos que vão desde fanart, fanfiction e até teorias elaboradas sobre enredos, simbolismos e detalhes dos episódios, o que reforça a relevância da série e aprofunda o universo da cidade fictícia de Springfield. Essa criação colaborativa é essencial para o fandom, pois permite que os fãs estabeleçam conexões pessoais com a série e que a vivenciem de maneira única. A conexão entre o programa e seu público demonstra claramente os fundamentos da cultura participativa, na qual os admiradores atuam como coprodutores e embaixadores da marca, expandindo a audiência da série por meio de suas próprias interpretações e criações.

Discussões sobre episódios também são tema no podcast “Eu Te Amo, Dr. Zaius”, como mencionado anteriormente. O podcast interpreta essa dinâmica como um reflexo da cultura americana e sua relação com o consumo de massa, uma discussão que se alinha com as opiniões dos fãs mais engajados. Por exemplo, teorias acerca de episódios particulares, debates acerca do significado de determinados personagens e até suposições sobre as célebres “previsões” da série (como a vitória de Donald Trump) se tornaram fenômenos populares entre os fãs. A capacidade dos fãs de reinterpretar e adaptar o conteúdo da série ao contexto atual é uma das coisas que mantém *The Simpsons* atuais e culturalmente relevantes, mesmo depois de mais de três décadas de visualização. Esse fenômeno é abordado também no episódio “Bart to the Future” (Temporada 11, Episódio 17), onde os fãs destacaram como a série “previu” acontecimentos da vida real. Discussões em plataformas como Reddit⁵⁴

⁵⁴ Plataforma online de fóruns e discussões onde os usuários compartilham e debatem conteúdo em diversas comunidades temáticas, conhecidas como "subreddits".

analisam profundamente essas “previsões” da série, transformando-as em uma tradição do fandom.

A internet desempenha um papel crucial na disseminação e no fortalecimento do fandom, facilitando a criação de comunidades globais onde fãs podem interagir e compartilhar conteúdo. Plataformas como Reddit e Discord servem como centros de debate, onde fãs discutem teorias e analisam a evolução dos personagens e dos enredos da série. Nessas plataformas, são comuns discussões detalhadas sobre a transformação de personagens, como a “Flanderização⁵⁵” de Ned Flanders ou o comportamento cada vez mais absurdo de Homer Simpson, onde os fãs expressam tanto sua nostalgia pelas primeiras temporadas quanto suas impressões sobre a direção atual da série. Esses espaços de discussão são fundamentais para o fandom, pois oferecem um ambiente onde fãs podem construir um entendimento coletivo da série e questionar as escolhas criativas dos roteiristas. O feedback dos fãs, gerado em grande parte por meio dessas discussões online, é essencial para o desenvolvimento da série. Al Jean, produtor de longa data da série, reconheceu que as críticas dos fãs, especialmente em relação a representações problemáticas, têm um impacto importante. Em entrevista, ele comentou que “a mudança é necessária para que a série se mantenha atualizada com os tempos”, apontando que a evolução de personagens e temas é uma resposta direta às observações do público (JEAN, 2020). Esta atitude permitiu que *The Simpsons* respondesse às mudanças culturais, adaptando-se para refletir as questões mais relevantes de cada geração.

Outro exemplo de resposta à demanda do fandom é a criação de episódios centrados em personagens secundários, como Moe, o barman, e Ralph Wiggum, que oferecem ao público uma visão mais aprofundada da vida em Springfield. Os fãs frequentemente solicitam mais desenvolvimento desses personagens, e os criadores da série atenderam a esses pedidos ao longo dos anos, fornecendo episódios dedicados que exploram histórias e características pessoais que enriquecem o universo de Springfield. Essa atenção aos personagens secundários mostra o impacto do fandom nas escolhas criativas da série e reflete o desejo dos criadores de satisfazer o público, mesmo que isso signifique sair do foco nos protagonistas principais para explorar figuras menos evidentes do elenco. Conforme Jenkins destaca, a cultura participativa possibilita que os fãs contribuam diretamente para a divulgação e promoção da série em redes sociais e plataformas de conteúdo digital. *The Simpsons* se tornaram um fenômeno viral

⁵⁵ Processo de exagero progressivo de uma característica de um personagem em uma série, tornando-a sua principal ou única traço identificável; termo inspirado no personagem Ned Flanders de *The Simpsons*, que ao longo das temporadas passou de um vizinho bem-educado e religioso a uma caricatura extremada de fervor religioso.

graças aos seus memes baseados em cenas icônicas, montagens de vídeos e citações divertidas. Dessa forma, o fandom não só contribui para a continuidade do legado da série, mas também para a renovação de seu valor cultural, possibilitando que novos públicos se conectem de uma forma pertinente ao contexto atual. Esta conexão é analisada pelo podcast em episódios como “Bart Radialista” (Episódio 30), onde os apresentadores discutem a influência de Bart como um símbolo da juventude e da cultura subversiva, debatendo a representação de rebeldia na série.

A relação entre fãs e criadores tem sido essencial para a longevidade do programa, garantindo que a série continue a evoluir e a se adaptar às mudanças culturais. A capacidade dos criadores de reconhecer e valorizar essas contribuições dos fãs reforça o vínculo entre a série e sua audiência, enquanto o engajamento contínuo do fandom garante que *The Simpsons* permaneça uma referência cultural relevante e atemporal.

4.1.3 Springfield Sob Demanda: Quando Fãs Viram Criadores e o Marketing Vira Jogo

Durante anos, os admiradores de *The Simpsons* tiveram um papel crucial na definição e progresso da série. Com o advento da internet e, em seguida, das redes sociais, essa interação intensificou-se e se tornou mais direta, possibilitando aos produtores e roteiristas um retorno quase imediato sobre os episódios e decisões criativas. Esta conexão próxima entre fãs e criadores motivou a equipe a se adaptar às necessidades do público, modificando personagens, tramas e até o tom do humor para atender às expectativas e críticas dos admiradores.

Ademais, o time de produção atendeu ao anseio dos admiradores por narrativas mais aprofundadas focadas em personagens secundários, além dos principais membros da família Simpson. Personagens como Moe Szyslak, o barman melancólico de Springfield, e o Diretor Seymour Skinner, o severo gestor da escola primária de Springfield, foram agraciados com episódios que se dedicaram a investigar suas histórias e personalidades de maneira mais aprofundada. Estes episódios possibilitaram que *The Simpsons* ampliasse seu universo, oferecendo uma visão mais abrangente da vida em Springfield e aumentando a atração da série ao variar os pontos de vista narrativos. Essas narrativas foram bem acolhidas, pois satisfaziam a demanda dos admiradores por uma exploração mais detalhada do elenco secundário. Os criadores, além de atender a demandas específicas de histórias e personagens, também modificaram o tom e a abordagem cômica da série para espelhar as transformações

culturais e satisfazer as expectativas de um público que se torna cada vez mais atento a questões sociais. Nas primeiras temporadas, o humor ácido e provocativo dos Simpsons era amplamente apreciado e até mesmo elogiado pela sua habilidade de questionar tabus sociais e desafiar padrões culturais. Contudo, à medida que a sociedade começou a discutir temas como igualdade racial, diversidade de gênero e respeito às minorias, os autores decidiram revisar algumas representações e piadas que, com o passar do tempo, começaram a ser percebidas como ofensivas ou estereotipadas.

Os criadores de *The Simpsons* não apenas reformularam os personagens, mas também modificaram a perspectiva da série sobre o humor para refletir uma abordagem menos ofensiva e mais inclusiva. Em algumas das últimas temporadas, houve um esforço para prevenir piadas que pudessem ser vistas como ofensivas a certos grupos ou comunidades. Al Jean, um dos produtores e roteiristas principais da série, declarou: "Nós escutamos nossos fãs e compreendemos que algumas coisas que antes eram aceitas, hoje podem ser percebidas de forma distinta." "Esta é uma chance de progredir e ajustar nossa disposição aos novos tempos" (JEAN, 2020). Esta prontidão para modificar o material evidencia o empenho dos criadores em manter a série pertinente sem comprometer a integridade de seu público variado.

A conexão com os fãs vai além de simplesmente responder a críticas; muitas vezes, os produtores de *The Simpsons* aproveitam a internet e as plataformas sociais para prever e atender às expectativas de um público que se envolve de maneira intensa com a série. Os roteiristas costumam acompanhar redes sociais e discussões online para descobrir tendências e entender as reações do público, o que os auxilia a captar o "clima" da cultura contemporânea e a incluir temas e referências que dialoguem com os espectadores. Essa abordagem é particularmente evidente em episódios mais recentes que exploram fenômenos culturais e digitais, como o impacto das redes sociais, a proliferação de notícias falsas e a cultura do cancelamento. Esses tópicos, muito discutidos na sociedade e nas mídias sociais, evidenciam a capacidade dos criadores de integrar questões atuais ao humor da série, resultando em episódios que refletem o contexto cultural e as inquietações da audiência. No final das contas, a conexão entre os fãs de *The Simpsons* e seus desenvolvedores ilustra como as opiniões do público podem impactar de maneira significativa uma produção que se estende por tanto tempo. A série continua a ser pertinente porque seus criadores não apenas se moldam às transformações culturais, mas também mantêm um diálogo constante com a audiência, adaptando o conteúdo para atender às necessidades e anseios dos fãs. Essa habilidade de escutar e reagir ao feedback, seja por meio de tributos a personagens queridos, alterações no

estilo do humor ou a revisão de representações, tem sido fundamental para a durabilidade de The Simpsons.

A influência da Cultura de Fãs no marketing de The Simpsons é um dos pilares que explica o sucesso e a permanência da série ao longo de mais de três décadas. Desde sua estreia, a animação criada por Matt Groening se destacou por incentivar e abraçar a interação ativa de sua base de fãs, transformando espectadores em participantes fundamentais da expansão do universo de Springfield. O marketing da série tem explorado consistentemente essa participação, integrando as reações e expectativas do público para fortalecer a marca e inovar no engajamento de diferentes gerações de fãs.

Um exemplo claro da convergência entre The Simpsons e sua base de fãs é evidenciado na criação e promoção dos episódios anuais de "Treehouse of Horror". Como discutido no podcast "Eu Te Amo, Dr. Zaius", especificamente no episódio dedicado a esses especiais de Halloween, a tradição tornou-se tão icônica que os fãs, ano após ano, aguardam e discutem intensamente cada nova edição. Essas análises reforçam como a série utiliza momentos sazonais para renovar o vínculo com o público, oferecendo a eles a sensação de uma experiência interativa que ultrapassa o simples ato de assistir e se estende à participação em uma cultura compartilhada e ritualística. A série frequentemente adapta seu conteúdo para refletir as demandas dos fãs. Por exemplo, episódios como "Much Apu About Nothing" (Temporada 7, Episódio 23) geraram uma discussão sobre estereótipos culturais, particularmente em torno do personagem Apu. No documentário The Problem with Apu, a voz ativa do público foi central para que os criadores reavaliassem a representação de Apu na série, culminando em uma mudança significativa na abordagem do personagem. Al Jean, showrunner de The Simpsons, comentou em entrevista que "essa mudança era necessária, pois os tempos mudaram, e queremos que a série reflita os valores atuais" (JEAN, 2019). A decisão demonstra como a série ouve seu público e adapta seu conteúdo de acordo com os valores e as percepções culturais contemporâneas.

Outra manifestação dessa dinâmica é a relação de The Simpsons com a Duff Beer, produto fictício da série que, a pedido dos fãs, foi transformado em uma bebida real. O impacto do fandom sobre a Duff Beer exemplifica o poder da Cultura de Fãs em moldar produtos tangíveis, fazendo com que a audiência consuma e experiencie o universo de Springfield de forma ampliada. Essa presença física da série em itens de consumo foi detalhada no episódio do podcast "Eu Te Amo, Dr. Zaius" intitulado "Bart Ganha um

Elefante", onde se comenta sobre a fidelização e a conexão emocional dos fãs com símbolos de *The Simpsons*, que permitem um vínculo muito além do programa televisivo. O engajamento dos fãs também é incentivado e monitorado em plataformas digitais, onde a série interage diretamente com sua audiência por meio de enquetes, campanhas e desafios que incentivam a criação de memes e conteúdos inspirados nos personagens. Plataformas como o fórum *No Homers Club* oferecem espaços de discussão onde os fãs podem explorar suas interpretações e sugerir enredos, que, ocasionalmente, influenciam a equipe criativa. Este aspecto da Cultura de Fãs é um exemplo de como a série se adapta às novas tecnologias e explora o poder das redes sociais para manter o público engajado e ativo.

A Cultura de Fãs de *The Simpsons* age como um elemento cocriador da marca, garantindo que a série se mantenha relevante através de adaptações e expansões que vão ao encontro dos interesses de seus espectadores. Como observa Jenkins, “os fãs se recusam a aceitar passivamente o que lhes é entregue, insistindo em seu direito de participar plenamente” (JENKINS, 2022, p. 190). Este fenômeno é particularmente visível na resposta ao episódio “*Marge Contra o Monotrilho*” (Temporada 4, Episódio 12), amplamente discutido entre os fãs por sua crítica ao consumismo e às promessas de progresso rápido, temas que, à época, ressoaram fortemente com a audiência. A Cultura de Fãs molda o marketing de *The Simpsons* ao criar um ciclo contínuo de interação e reinvenção, onde os fãs desempenham um papel essencial na perpetuação da série como um fenômeno cultural e comercial. A série se destaca por abraçar as contribuições dos fãs, transformando-os em cocriadores que ajudam a expandir e sustentar a marca.

A relação entre *The Simpsons* e sua base de fãs ao longo dos anos tornou-se um exemplo notável de adaptação e resposta ativa aos anseios do público. Esse vínculo, impulsionado pela Cultura de Fãs, representa um canal de diálogo aberto entre criadores e audiência, onde as respostas às demandas do público moldaram aspectos fundamentais da série. A introdução de personagens secundários em tramas mais complexas, como o episódio focado em Moe Szyslak e seu lado melancólico, reflete um pedido dos fãs por histórias que expandam a perspectiva da vida em Springfield além dos personagens principais. No episódio “*Moe Baby Blues*” (Temporada 14, Episódio 22), a vida do barman é explorada de forma mais profunda, permitindo que a audiência se conecte com o personagem em um nível emocional, abordando temas de solidão e de busca por pertencimento. A equipe de *The Simpsons* também respondeu às críticas e sugestões dos fãs em relação a temas sensíveis e

estereotipados. A reformulação de personagens e a adaptação do tom cômico foram impulsionadas pela evolução das discussões sociais sobre representatividade e respeito às minorias. Em “Much Apu About Nothing” (Temporada 7, Episódio 23), por exemplo, o personagem Apu foi utilizado para abordar as complexidades da imigração nos Estados Unidos, mas o público e os próprios criadores passaram a revisar essa representação anos depois, com o intuito de evitar estereótipos. Após o documentário *The Problem with Apu*, que trouxe à tona os impactos negativos dessa representação. A decisão de reavaliar o papel de Apu demonstra a disposição dos criadores em ajustar a narrativa à medida que o público e a cultura evoluem.

Além disso, as redes sociais e plataformas digitais permitiram que os roteiristas captassem o "clima" da cultura contemporânea, explorando temas recentes como as redes sociais e a cultura do cancelamento. Essas questões são abordadas em episódios que refletem o impacto da tecnologia no comportamento social e nas interações humanas. A exemplo do episódio "Bart's Not Dead" (Temporada 30, Episódio 1), *The Simpsons* critica a rapidez com que boatos e sensacionalismo se espalham, refletindo sobre os efeitos do consumo digital desenfreado e da busca por validação nas redes sociais. Essa adaptação é vista como uma resposta direta aos debates culturais atuais, mostrando que a série continua a se moldar aos interesses e preocupações de seu público. O podcast “Eu Te Amo, Dr. Zaius” oferece uma visão crítica sobre esses temas, como no episódio que discute “Marge Contra o Monotrilho” (Episódio 53), onde se explora o impacto do consumismo e das decisões impulsivas em prol de uma “inovação” sem fundamentação, tema que continua atual e dialoga com as decisões questionáveis da sociedade moderna. A análise dos fãs nesse episódio do podcast evidencia como a série se utiliza de uma narrativa satírica para refletir a imprudência e a busca por status, aspectos que ressoam com um público que valoriza uma crítica social inteligente.

A série de decisões dos criadores para adaptar o humor e as representações da série às mudanças culturais demonstra um compromisso com a longevidade e a relevância de *The Simpsons*. Como observou Al Jean em entrevista, "nossa disposição para modificar o conteúdo reflete uma tentativa de dialogar com os tempos atuais sem comprometer a essência da série" (JEAN, 2020). Essa capacidade de ouvir e adaptar-se ao feedback dos fãs é o que tem permitido que a série permaneça relevante por décadas, ajustando a narrativa para refletir as transformações culturais sem perder seu estilo crítico e humorístico. Ao final, a durabilidade de *The Simpsons* está ligada à habilidade de seus criadores em estabelecer um

diálogo contínuo com a audiência, respondendo ao feedback e às expectativas dos fãs. Esta interação, combinada com a disposição em revisar representações e adaptar o humor, garante que a série continue a ressoar com o público, demonstrando que a Cultura de Fãs não apenas enriquece, mas também sustenta a trajetória de uma série de longa duração.

Ao concluir a primeira parte, observa-se que *The Simpsons* exemplifica a adaptação de uma produção cultural ao longo dos anos por meio da integração da cultura de fãs em seu processo evolutivo. Desde sua concepção, a série soube interpretar o papel ativo de sua audiência, que, especialmente com o avanço do ambiente digital, deixou de ser um público exclusivamente passivo para se tornar participante ativo e cocriador de sua narrativa e identidade cultural. Esse envolvimento é particularmente notável no impacto que os fãs exercem sobre o marketing e o desenvolvimento de produtos, transformando a série em um fenômeno transmídia⁵⁶ que se expande para jogos, redes sociais, fóruns e experiências interativas.

A cultura de fãs, amplamente promovida pelo ambiente digital, intensificou a conexão entre criadores e espectadores, como discutido em episódios e conteúdos dedicados, reforçando uma sinergia que transforma o público em coprodutor de conteúdo. Esse fenômeno demonstra como a adaptação às demandas dos fãs não só assegura a relevância contínua da série, mas também reflete as mudanças culturais e sociais. Essa observação inicial revela, assim, a evolução da cultura de fãs e sua influência sobre a trajetória de grandes franquias como *The Simpsons*, evidenciando o potencial transformador do público no ambiente digital e sua atuação decisiva na perpetuação e adaptação das marcas culturais ao longo do tempo.

A seguir iremos explorar mais profundamente o papel central que a cultura de fãs desempenha na manutenção e expansão de grandes franquias, examinando como o engajamento dos fãs contribui significativamente para o fortalecimento das marcas. Enquanto a primeira parte abordou a transformação dos fãs em participantes ativos e cocriadores de *The Simpsons*, na sequência será destacada a importância desse vínculo emocional e colaborativo entre audiência e franquia para estratégias de marketing e para a relevância contínua da série. Serão discutidos os benefícios que a presença ativa dos fãs traz para a visibilidade e fidelização da marca, criando não apenas um público, mas uma comunidade engajada que, ao se sentir parte do universo de *The Simpsons*, perpetua e amplia seu legado cultural e

⁵⁶ Estratégia narrativa que distribui o conteúdo de uma história ou franquia por múltiplas plataformas e mídias, onde cada formato complementa e expande o universo da narrativa principal, criando uma experiência mais rica e interativa para o público.

comercial.

4.2 - Ser ou Não Ser Fã? Eis a Questão Além do Consumo



Figura 2 Home Page da Wiki Fandom The Simpsons. Fonte: https://simpsons.fandom.com/pt/wiki/P%C3%A1gina_principal (2024)

A definição de “fã” vai muito além de um simples consumidor; trata-se de um indivíduo que se envolve intensamente com a obra, construindo um vínculo emocional e cultural que transcende o ato de consumir. A diferença fundamental entre um fã e um consumidor tradicional reside na participação ativa e no envolvimento emocional. Jenkins (2022) define o fã como um participante ativo na cultura midiática, destacando que esse indivíduo se apropria das narrativas para criar novos significados e experiências. Ao contrário do consumidor tradicional, o fã é impulsionado por um desejo de se conectar com a obra de maneira mais profunda, utilizando-a como uma base para desenvolver e compartilhar suas próprias interpretações e contribuições.

Os fãs, ao interagir com uma obra, se tornam parte de um fenômeno social mais abrangente: a Cultura de Fãs. Esse conceito envolve um comportamento participativo do público, que não só consome, mas também altera e gera novos conteúdos, intensificando seu engajamento. A relação que o fã estabelece com a marca se fundamenta na lealdade, uma vez que ele não apenas aprecia o conteúdo, mas também o valoriza e o divulga de maneira orgânica, assumindo o papel de embaixador que ajuda a propagar a obra. O laço que o fã forma com o objeto de sua admiração é tão profundo que ele se transforma em um cocriador, contribuindo para a narrativa e ampliando-a além das intenções dos criadores originais. Esse envolvimento, que abrange a elaboração de teorias, fanfics, memes e ilustrações, representa

uma nova maneira de consumir que une amor e criatividade. Nesse sentido, o fã vê na obra um reflexo de si mesmo e de suas próprias experiências, reinterpretando o conteúdo para refletir suas perspectivas e vivências.

Outro aspecto que diferencia o fã do consumidor tradicional é o sentimento de comunidade. A Cultura de Fãs permite que os fãs se conectem entre si, formando comunidades nas quais compartilham suas interpretações, produções e ideias sobre a obra. Essas comunidades, muitas vezes organizadas em fóruns online, redes sociais ou eventos dedicados, fortalecem o vínculo dos fãs com a obra e com outros indivíduos que compartilham da mesma paixão. Essa rede de apoio e compartilhamento impulsiona a criação de novos conteúdos e reforça o vínculo entre os fãs e a obra, o que pode ser visto na série *The Simpsons*, onde os fãs discutem e criam conteúdos derivativos sobre episódios, personagens e teorias. A transformação do fã em prosumer — um produtor e consumidor de conteúdo — é outro aspecto que diferencia sua experiência em relação ao consumo tradicional. Este comportamento proativo é característico dos fãs, que, ao invés de apenas consumir o conteúdo, reconstróem e reinterpretam a obra, adicionando seus próprios significados e criando conteúdos paralelos. Esse processo de cocriação não apenas valoriza o conteúdo, mas também expande seu universo narrativo, permitindo que a obra se desenvolva e se atualize de acordo com as novas interpretações do público.

Ser fã envolve muito mais do que consumir; é um ato de criação, participação e interação contínua com a obra. O fã se torna parte do processo de construção e disseminação da narrativa, desempenhando um papel ativo na cultura de marca e gerando uma relação simbiótica na qual tanto a obra quanto o fã se beneficiam. Ao valorizar e promover a obra, o fã amplia seu significado cultural, contribuindo para que a marca ou produto se mantenha relevante e atraente para um público cada vez mais conectado e engajado.

4.2.1 Entre Ídolos e Ícones: A Fandomania de Springfield

O nascimento de um fã está ligado a uma experiência inicial de contato com uma obra cultural que desperta fascínio, identificação e um vínculo emocional duradouro. Esse processo costuma ocorrer na infância ou adolescência, fases de formação da identidade em que as narrativas e personagens de séries, filmes ou livros funcionam como referências e pontos de identificação. A relação inicial entre o indivíduo e a obra é marcada pelo encantamento e pela descoberta de semelhanças com suas próprias experiências e valores. Esse episódio de convergência emocional cria laços profundos, que fortalecem a ligação do indivíduo com a obra e com outros fãs que compartilham do mesmo entusiasmo e apreço.

No caso de *The Simpsons*, o surgimento de um fã muitas vezes é impulsionado pela abordagem universal e satírica da série, que retrata dinâmicas familiares, dilemas sociais e questões do cotidiano de forma acessível e cativante. A identificação é intensificada quando o espectador percebe elementos familiares e realistas na narrativa. Essa conexão, onde a série transcende seu papel de mero entretenimento e torna-se um reflexo das experiências pessoais, ilustra o poder da mídia em criar laços emocionais que ultrapassam o consumo passivo. Como observa Rezende e Nicolau⁵⁷, os fãs são formados a partir de experiências emocionais com a obra, em que ocorre uma fusão entre o mundo fictício e as vivências pessoais.

“Muito mais do que caracterizar uma preferência, ser fã transformou o modo de agir e de pensar de grande parte da sociedade. O fã age, consome, produz, articula, milita, crítica e propaga de acordo com características do seu grupo, do seu fandom”(REZENDE; NICOLAU, 2014, p. 2).

Esse processo de identificação inicial é o ponto de partida para a formação de um fã, pois ele cria uma ponte emocional que torna o conteúdo cultural significativo e pessoal. Esse vínculo não se dá apenas na relação com a narrativa, mas também no valor simbólico e cultural que a obra adquire na vida do fã. Ao assistir aos episódios de *The Simpsons*, por exemplo, o espectador encontra em sua narrativa reflexos das situações cotidianas, o que enriquece seu entendimento e aprofunda a sua conexão com a série. A união entre fãs cria uma comunidade que compartilha significados e experiências, estabelecendo uma rede de suporte e um ambiente de troca onde a admiração pela obra é constantemente reforçada. A comunidade de fãs proporciona um sentimento de pertencimento e cria uma experiência coletiva, onde os indivíduos podem trocar interpretações, expressar seu entusiasmo e compartilhar lembranças relacionadas à obra. Essa socialização aprofunda o laço do fã com a obra, transformando o ato de consumir em uma prática cultural coletiva e contínua.

O nascimento de um fã é, portanto, um processo multifacetado que envolve não só a identificação com a narrativa, mas também a absorção dos elementos culturais e simbólicos da obra. Esse processo implica um engajamento contínuo, em que o fã transforma a experiência de consumo em uma parte significativa de sua identidade e estilo de vida. Essa dinâmica de apropriação e ressignificação, comum na Cultura de Fãs, transforma a obra em uma referência pessoal e em um espaço de auto descoberta e expressão. Ser fã é mais do que uma preferência de consumo; é um estado de participação ativa e emocional que amplia a relevância cultural e social da obra.

⁵⁷ Autores que estudam a influência e o impacto das culturas de fãs e fandoms em estratégias de marketing, com destaque para como essas comunidades engajadas contribuem para fortalecer a marca e ampliar seu alcance no mercado de mídia e entretenimento.

O conceito de fandom representa uma subcultura formada por fãs dedicados e engajados em torno de uma obra específica, como séries, filmes, livros, ou qualquer outro tipo de mídia. O fandom vai além do consumo habitual: ele se constitui como uma comunidade ativa e colaborativa, onde os fãs compartilham práticas, valores, significados e uma identidade coletiva. A união dos fãs cria um espaço de trocas e de apoio mútuo, onde as experiências relacionadas à obra são continuamente compartilhadas e ampliadas. Nesse sentido, a definição de fandom inclui tanto o envolvimento emocional dos fãs quanto a sua contribuição para o crescimento e a relevância cultural da obra, uma vez que a obra ganha novas camadas de significado através das interpretações e criações dos membros da comunidade.

A Cultura de Fãs, que caracteriza os fandoms, proporciona um ambiente onde os fãs não apenas interagem com a obra, mas também criam conteúdos derivados e se envolvem ativamente na preservação e disseminação de informações sobre ela. No caso de *The Simpsons*, o fandom é especialmente notável pela longevidade e pelo impacto cultural da série. Ao longo das décadas, a série animada não só conquistou um público global, mas também formou uma comunidade de fãs que desempenham papéis fundamentais na perpetuação e expansão de seu universo narrativo. A página *The Simpsons Wiki*, por exemplo, funciona como um repositório de informações detalhadas sobre episódios, personagens, enredos e curiosidades, compilado e constantemente atualizado por fãs. Esse tipo de colaboração destaca um dos aspectos centrais do fandom: a criação coletiva de um banco de conhecimento que sustenta e promove a continuidade da obra. Essa prática vai além de uma mera demonstração de apreço; ela envolve a dedicação e o esforço de indivíduos que, motivados por seu interesse e afeição pela série, criam uma memória cultural compartilhada. O fandom, então, se torna um espaço de produção de significado, onde cada fã contribui com um fragmento que ajuda a construir uma imagem complexa e multifacetada da obra.

A importância do fandom na cultura midiática moderna também está relacionada ao seu papel de mobilização social, onde os fãs se organizam para defender, discutir e até influenciar o futuro da obra. Outro aspecto essencial dos fandoms é a criação de um sentimento de pertencimento, onde os fãs encontram um espaço de interação e troca com outros indivíduos que compartilham do mesmo interesse e admiração pela obra. O fandom cria um ambiente inclusivo e acolhedor, onde as experiências e interpretações pessoais são valorizadas e onde o público pode expandir seu envolvimento com a obra através de discussões, teorias e produções próprias. Rezende e Nicolau destacam que a comunidade de fãs proporciona um ambiente de coesão e reconhecimento mútuo, onde cada membro se sente parte de um coletivo e compartilha valores comuns.

“Os fandoms são ambientes de afinidade caracterizados pelas muitas formas de interação que se estabelecem entre fãs de determinado objeto cultural a partir de seu interesse compartilhado por este mesmo objeto. Por meio de fóruns, blogs, e principalmente, nos sites de relacionamentos, esses fãs criam, com base em sua similaridade, verdadeiros centros globais de interação. E é neste ambiente que usuários do mundo todo produzem conteúdo dos mais diversos modos, constituindo novas formas de relacionamento em rede e agenciando inúmeros recursos de produção de sentido e habilidades específicas no formato digital.” (REZENDE; NICOLAU, 2014, p. 2).

Esse ambiente de pertencimento e colaboração é um dos principais fatores que sustentam a longevidade de uma obra, uma vez que a comunidade de fãs, ao criar novas interpretações e contribuições, assegura a continuidade da série mesmo após seu término. O fandom vai além da simples apreciação de uma obra cultural. Ele representa uma comunidade ativa e comprometida, onde os fãs, ao desempenharem papéis de curadores, analistas e criadores, garantem a sobrevivência e a relevância cultural da obra a longo prazo. No caso de *The Simpsons*, o fandom atua como um elemento essencial na preservação da série, perpetuando seu impacto cultural e mantendo sua memória coletiva viva. Dessa forma, o fandom é mais do que um grupo de consumidores dedicados; é uma subcultura colaborativa e significativa que reforça o papel da obra na cultura midiática contemporânea.

4.2.2 - De Fã pra Frente: A Convergência Cultural em Cena

O fenômeno do fandom está intimamente ligado à cultura da convergência, conceito amplamente discutido por Jenkins (2022), A convergência midiática envolve a integração de diferentes plataformas de mídia, permitindo que o público acesse, interaja e contribua com conteúdos em diversas formas e formatos. Esse movimento permite que os fãs transitem livremente entre televisão, internet, quadrinhos, videogames e outras plataformas, engajando-se com a obra em diferentes níveis e contribuindo diretamente para a sua expansão.

No caso de *The Simpsons*, a convergência midiática é particularmente evidente, pois a série foi capaz de explorar múltiplas plataformas para ampliar seu universo narrativo. Essa integração de diferentes mídias fortalece o vínculo dos fãs com a série, pois eles podem não apenas assistir aos episódios na televisão, mas também explorar o universo da obra em novas plataformas, como revistas em quadrinhos e jogos interativos. Esse tipo de convergência oferece uma experiência de consumo mais rica e interativa, permitindo que os fãs participem ativamente da construção do universo de *The Simpsons* e contribuam com suas próprias interpretações e produções. A convergência dos meios de comunicação altera a experiência dos fãs porque proporciona múltiplas formas de se envolverem com uma obra e participarem na sua narrativa. Este fenômeno de expansão é um dos principais fatores que explicam por que a cultura dos fãs é tão influente no atual panorama mediático. À medida que os fãs de *The*

Simpsons interagem com diferentes iterações e mídias da série, eles desenvolvem conexões mais profundas com a obra, interpretando-a e dando-lhe um novo significado com base em suas próprias experiências e preferências. Além disso, a fusão permite que a narrativa se adapte a novas formas e contextos, mantendo a relevância da obra ao longo do tempo.

A cultura da convergência também fomenta o surgimento de uma narrativa transmídia, na qual a história se desdobra de maneira complementar em diversas plataformas, oferecendo aos fãs uma experiência ampliada e multifacetada. Em *The Simpsons*, essa estratégia é visível na forma como cada plataforma oferece uma faceta diferente do universo da série: enquanto a televisão explora as dinâmicas e temas centrais, os quadrinhos e games permitem aos fãs interagir e até influenciar diretamente o curso da narrativa. Esse processo de desdobramento da história em diferentes plataformas não apenas fortalece o engajamento, mas também incentiva os fãs a explorarem o conteúdo de maneira contínua, criando uma experiência integrada e interativa. A convergência midiática, portanto, não apenas facilita o acesso à obra em múltiplos formatos, mas também promove um ciclo de cocriação onde os fãs desempenham um papel ativo na expansão da narrativa. Esse ciclo é particularmente relevante em um fandom como o de *The Simpsons*, onde os fãs não apenas consomem o conteúdo oficial, mas também criam suas próprias versões e interpretações, adicionando novos significados e camadas ao universo narrativo da série. A convergência, ao permitir essa interação direta e multifacetada com a obra, transforma os fãs em cocriadores, que colaboram continuamente para o desenvolvimento e a preservação da série.

Outro aspecto significativo da convergência midiática no contexto do fandom é a criação de uma comunidade global de fãs, onde as interações transcendem barreiras geográficas e culturais. Em *The Simpsons*, essa comunidade internacional de fãs é fortalecida pelas plataformas digitais, onde eles trocam ideias, teorias, memes e outras produções derivadas, criando uma rede de compartilhamento que ultrapassa fronteiras. Este fenômeno globaliza a base de fãs, promovendo a diversidade de perspectivas e interpretações, enriquecendo ainda mais as narrativas originais e garantindo a sua relevância e adaptabilidade em diferentes contextos culturais. A convergência midiática ajuda assim a transformar o fandom num evento cultural colaborativo e dinâmico, no qual as obras originais se tornam o ponto de partida para inúmeras criações e interpretações. Em *The Simpsons*, essa mistura permite que a série se expanda para novos territórios e permaneça atual e culturalmente relevante à medida que fãs de todo o mundo interagem com a série e acrescentam suas próprias perspectivas. Desta forma, a cultura de fusão não só amplifica o alcance da série, mas

também aumenta a participação dos fãs como agentes ativos na criação e preservação de um universo que é continuamente recriado pela comunidade para o manter vivo.

A Cultura de Fãs representa uma ruptura em relação ao modelo de consumo tradicional, pois transforma o fã em um sujeito ativo e cocriador da obra, ao invés de apenas um consumidor passivo. Diferente do consumidor tradicional, que adquire um produto para satisfazer uma necessidade específica, o fã se envolve profundamente com a obra, participando de maneira contínua e emocional. Como aponta Kotler (2018), o consumidor comum compra visando a satisfação de uma necessidade, mas o fã vai além dessa lógica de consumo, tornando-se um "coprodutor" de sentido e experiência, ajudando a expandir e transformar o universo da obra. No fandom de *The Simpsons*, essa transformação é evidente, pois os fãs, ao longo dos anos, se apropriaram do universo criado pela série e o enriqueceram com novas interpretações e narrativas, desenvolvendo uma dinâmica de participação ativa que ultrapassa o mero ato de assistir aos episódios.

Conforme descrito por Jenkins (2022), nas abordagens culturais participativas, os fãs assumem o papel de coautores, remixando e remodelando obras com base em suas experiências e perspectivas pessoais. No caso de *The Simpsons*, a comunidade de fãs encontrou uma variedade de maneiras de enriquecer o universo da série, desde a criação de fanfics e teorias até a criação de enciclopédias colaborativas, como *The Simpsons Wiki*. Este envolvimento ativo não só garante a relevância da série como também expande continuamente o seu universo narrativo, criando uma relação simbiótica entre a obra e o seu público, tornando cada fã um agente cultural propício à expansão colaborativa da narrativa.

O engajamento dos fãs no fandom gera uma produção significativa de conteúdo derivado, que reforça a relação com a marca e fortalece a lealdade do público. Esse tipo de envolvimento diferencia a Cultura de Fãs de outras formas de engajamento, pois os fãs se apropriam da obra como uma extensão de sua própria experiência e identidade. Ao se tornarem cocriadores, eles contribuem diretamente para o valor da marca, ampliando o significado da obra e a sua ressonância cultural. Essa conexão, alimentada pelo engajamento ativo dos fãs, assegura que *The Simpsons* continue relevante e presente na cultura pop, mesmo após décadas de exibição.

Os fãs também fortalecem a relevância da série ao reimaginar e atualizar seus temas para se adequarem a contextos culturais e sociais contemporâneos. Ao reinterpretar o conteúdo da série de acordo com questões atuais, como política, diversidade e igualdade, os fãs mantêm *The Simpsons* em constante diálogo com as discussões contemporâneas. Esse processo de atualização é particularmente relevante para uma série de longa duração como

The Simpsons, pois garante que a obra continue ressoando com o público, adaptando-se a novas gerações e permanecendo culturalmente relevante. A atuação dos fãs como sujeitos ativos no fandom de The Simpsons transforma a experiência de consumo em um processo de produção cultural contínua. Através de suas criações, discussões e colaborações, os fãs não apenas ampliam o universo da série, mas também asseguram sua longevidade e relevância cultural.

Esse fenômeno demonstra o valor da Cultura de Fãs como um pilar fundamental para a sustentação de marcas midiáticas, onde o público se transforma em colaborador ativo e cocriador, enriquecendo a narrativa original e ampliando seu impacto cultural. No contexto de The Simpsons, o fandom garante que a série continue viva e significativa, adaptando-se às mudanças culturais e permanecendo relevante para diferentes gerações, o que solidifica sua posição como um ícone cultural no cenário global.

4.2.3 - O Fator Fã: Ampliando Horizontes e Fidelizando Gerações

Ao analisar a influência da Cultura de Fãs no fortalecimento de grandes franquias como The Simpsons, fica evidente que o papel dos fãs vai muito além do simples consumo passivo; eles são a força motriz que expande, enriquece e perpetua o universo da série. A participação ativa dos fãs na criação e disseminação de conteúdo transforma a série em um fenômeno de convergência cultural, no qual a audiência não apenas acompanha, mas colabora ativamente na construção de sua narrativa. Essa interação multifacetada demonstra a capacidade do fandom de gerar valor para a marca, agregando visibilidade e consolidando uma relação de lealdade que perdura através das gerações. Esse engajamento contribui significativamente para a longevidade da série e sua contínua relevância cultural. A Cultura de Fãs permite que The Simpsons se transforme de uma série animada para um universo compartilhado, onde os fãs contribuem diretamente para a construção do seu legado. A convergência entre a mídia e os espectadores faz com que cada interação e participação colaborem para enriquecer a experiência do espectador e expandir o universo da série.

Outro exemplo notável de adaptação aos gostos e percepções dos fãs é a transformação de Homer Simpson ao longo das décadas, refletindo a resposta da série à identificação do público com o personagem. Nas três primeiras temporadas, The Simpsons tinha Bart como protagonista principal, especialmente pelo sucesso imediato de seu humor irreverente e seu perfil subversivo, características que capturaram a atenção de jovens e adultos na estreia. Bart foi, durante esse período, o símbolo da rebeldia e da sátira ao

conformismo da sociedade americana, ganhando popularidade em campanhas publicitárias e produtos licenciados. Contudo, com o tempo, o foco da série se deslocou gradualmente para Homer Simpson, cuja figura de pai desajeitado e despreocupado despertava uma identificação ainda maior entre o público. Conforme a série avançava, Homer tornou-se o epicentro das narrativas, recebendo mais atenção e desenvolvimento. A transformação de Homer em uma figura central reflete uma decisão dos criadores de enfatizar o humor absurdo e explorar uma gama mais ampla de situações cômicas, com as quais o público podia se relacionar diretamente. Esse deslocamento não foi apenas narrativo, mas também um reflexo da Cultura de Fãs, que demonstrava, através de interações e feedbacks, uma preferência por um protagonista que expusesse as contradições e os absurdos da vida adulta. Nas palavras de Al Jean, produtor da série, “Homer é alguém que representa os dilemas da vida moderna de maneira tragicômica; ele é simultaneamente ridículo e humano, um reflexo de todos nós” (JEAN, 2019).

Com isso, a série começou a explorar as facetas mais exageradas de Homer, transformando-o, de um pai trabalhador e levemente desajeitado, em uma figura cada vez mais caricata. Essa transformação, conhecida entre os fãs como “Homerização”⁵⁸, refletiu o gosto do público por um humor mais extremo, adaptando-se ao desejo dos espectadores de uma abordagem cômica que privilegiasse o absurdo e o exagero. Em episódios como “Homer the Vigilante” (Temporada 5, Episódio 11), Homer exibe traços mais irreverentes e exagerados, o que espelha essa transição do perfil do personagem, bem como o amadurecimento do tom satírico da série. O podcast “Eu Te Amo, Dr. Zaius” também discute essa mudança de protagonismo em episódios como “O Show de Otto” (Episódio 39), no qual os apresentadores comentam sobre como a identificação dos fãs com Homer influenciou a forma como o personagem foi progressivamente moldado. Essa adaptação de foco de Bart para Homer, impulsionada pela resposta dos fãs e pela análise crítica dos produtores, demonstra como *The Simpsons* usa o feedback da audiência como um elemento central de sua evolução narrativa.

A capacidade da série de se ajustar às preferências do público é uma das razões para sua durabilidade e relevância, evidenciando que o engajamento ativo dos fãs não apenas expande a experiência de consumo, mas também influencia diretamente as decisões criativas

⁵⁸ Processo pelo qual o personagem Homer Simpson, inicialmente retratado como um pai desajeitado mas bem-intencionado, passou a exibir características exageradas e caricaturais ao longo das temporadas, refletindo uma tendência de transformar personagens em figuras mais absurdas e exageradas para fins cômicos.

que sustentam a série ao longo das décadas. Além disso, o fandom se tornou uma fonte essencial para reforçar a visibilidade da série em um ambiente de consumo fragmentado e digital. Ao participar de discussões e criar conteúdo em plataformas como Reddit e Instagram, os fãs não apenas celebram a série, mas também atuam como embaixadores culturais, promovendo-a para novas audiências. O podcast “Eu Te Amo, Dr. Zaius” é outro exemplo de como o engajamento dos fãs se expande para além das telas, ao discutir temas como a importância dos personagens secundários e as mudanças de narrativa ao longo das temporadas. A interação do público com episódios que abordam temas sociais ou que introduzem novas facetas dos personagens contribui para a ampliação da visibilidade da série e a construção de uma lealdade duradoura.

A Cultura de Fãs, portanto, exerce um papel fundamental na preservação e expansão de *The Simpsons*, demonstrando que a audiência não é apenas uma consumidora, mas também uma colaboradora essencial no marketing e na sustentação da marca. Essa relação transformadora fortalece o vínculo emocional do público com a série e contribui para que ela se mantenha relevante mesmo após décadas de exibição.

A análise desta seção revela como a Cultura de Fãs transcende o papel de consumo e se torna um fator essencial na expansão e fidelização das grandes franquias, especialmente em produções como *The Simpsons*. O envolvimento ativo dos fãs fortalece a marca, amplifica sua visibilidade e cria uma lealdade que se estende por gerações. Essa participação, como discutido, não apenas reforça o universo de Springfield, mas também molda suas narrativas, transformando fãs em coautores simbólicos que asseguram a relevância contínua da série. A compreensão de que o “fator fã” é uma força propulsora e estratégica coloca em evidência o impacto duradouro do engajamento na sustentabilidade cultural e mercadológica de *The Simpsons*.

Seguindo essa perspectiva, a próxima seção aprofundará o entendimento dos desafios e limitações que acompanham essa relação de cocriação entre fãs e criadores. Exploraremos as dificuldades em equilibrar a autonomia criativa dos fãs com a preservação da integridade da marca, analisando como *The Simpsons* enfrenta as críticas e as mudanças exigidas por um público cada vez mais ativo e exigente.

4.3 - O Poder ao Povo Amarelo: Transmídia e Marketing na Era do Fandom



Figura 3 O Marketing da série Fonte: <https://www.elcuartel.es/lecciones-marketing-simpsons/> (2024)

A Cultura Participativa se entrelaça com *The Simpsons* de forma notável, posicionando os fãs não apenas como espectadores, mas como cocriadores que expandem o universo da série por meio da transmídia e das plataformas digitais. *The Simpsons* não é apenas consumido na tela, mas amplificado em diversas mídias: dos games aos quadrinhos, dos parques temáticos às redes sociais, onde fãs interagem, recriam e ressignificam seu conteúdo. Em episódios como “Homer Badman” (Temporada 6, Episódio 9), onde Homer enfrenta a opinião pública em um escândalo, a série já antecipava o poder do julgamento coletivo, ecoando a dinâmica atual das redes sociais, onde os fãs expressam opiniões e influenciam diretamente a narrativa. Esse episódio, debatido no podcast “Eu Te Amo, Dr. Zaius”, é citado como exemplo de uma realidade que os fãs ajudam a moldar. Na transmissão, os anfitriões exploram como essa crítica social se desdobrou ao longo das temporadas, permitindo que os fãs interpretem e debatam a situação em fóruns e grupos, ampliando a discussão para além da trama.

No contexto do marketing digital, essa interação constante e aberta possibilita que a marca *The Simpsons* permaneça sempre atual e em sintonia com seu público. A série abraça a convergência digital, onde memes, fanfics e até fanarts são criados e espalhados pelos próprios fãs, promovendo a série de maneira orgânica e potente. Episódios como “Lisa the Vegetarian” (Temporada 7, Episódio 5) introduzem temas de consciência social que ressoam especialmente nas gerações mais jovens, reforçando o envolvimento dos fãs e o papel ativo deles em ecoar esses temas. No podcast, esse episódio é descrito como um marco de empatia e conexão, onde os fãs passaram a ver Lisa como uma voz progressista na série, levando a uma onda de fãs que se identificam com sua postura e promovem essas ideias em suas redes

sociais. Assim, *The Simpsons* se destaca como uma obra que não só se adapta às mudanças culturais, mas permite que sua audiência construa e perpetue um legado que reverbera através das mídias.

A cultura participativa, conforme detalhado por Jenkins (2022), transformou-se em um dos pilares do marketing digital contemporâneo, onde o consumidor assume um papel ativo e engajado na criação e disseminação de conteúdos. Esse conceito representa uma mudança significativa no comportamento do público, que passa de um papel passivo para uma posição de cocriador dentro do ecossistema de mídia. Esse fenômeno implica que o consumidor moderno participa diretamente da narrativa da marca, contribuindo para a expansão do universo narrativo e fortalecendo sua conexão emocional com a marca.

O papel dos consumidores na cultura participativa transcende o consumo tradicional e passa a incluir a produção de conteúdos derivados, como fanarts, fanfics, vídeos e memes, que complementam o universo de uma obra e geram novas interpretações e significados. Essa prática reflete o conceito de curadoria coletiva, onde os fãs se tornam guardiões e embaixadores da obra, assegurando que a série permaneça acessível e relevante para novas gerações. Além de expandir o universo narrativo, a cultura participativa permite que os fãs e consumidores agreguem valor simbólico à marca, oferecendo novas perspectivas e interpretações que enriquecem o conteúdo original. Esse envolvimento do fã gera um fluxo constante de conteúdo derivado, que não só fortalece o vínculo emocional entre o consumidor e a marca, mas também mantém a obra em destaque, promovendo um ciclo contínuo de engajamento e visibilidade.

A cultura participativa é particularmente pertinente no marketing digital, onde as empresas têm utilizado esse fenômeno como um recurso para ampliar a visibilidade de suas campanhas e estabelecer uma comunidade engajada em torno de seus itens. Notamos que a participação ativa do consumidor na criação de conteúdo favorece a consolidação da identidade da marca, uma vez que ele se torna um colaborador na formação de seus valores e significados. Portanto, as companhias não são mais as únicas encarregadas da narrativa da marca, convidando o cliente a se envolver nesse processo e a oferecer suas próprias interpretações. Este envolvimento ativo intensifica o sentimento de pertença à comunidade e estimula os clientes a se tornarem promotores da marca, divulgando-a de maneira espontânea e natural. Um aspecto essencial dessa cultura é o uso das redes sociais e plataformas colaborativas, que facilitam o compartilhamento e a disseminação de conteúdos criados pelos

próprios fãs. Essas plataformas permitem que os consumidores expressem sua criatividade e compartilhem suas visões, o que reforça a conexão entre a marca e o público.

A participação dos consumidores como prosumers também representa uma oportunidade estratégica para as marcas, pois permite o desenvolvimento de campanhas que valorizam e incentivam o engajamento do público. Essa colaboração se traduz em um ciclo de produção de valor, onde o consumidor, ao gerar conteúdo relacionado à marca, contribui para o aumento da visibilidade e para a construção de um vínculo emocional mais forte com o produto. Dessa forma, o papel do consumidor como cocriador na cultura participativa contribui para o sucesso das estratégias de marketing digital, promovendo uma relação de parceria e colaboração que beneficia tanto as empresas quanto o público.

Averiguamos que a cultura participativa redefine a relação entre consumidor e marca. Esse fenômeno é especialmente potente no marketing digital, pois permite que as marcas explorem o potencial criativo de seus consumidores e promovam uma relação interativa e significativa. No contexto de *The Simpsons* e de outras franquias culturais, a participação ativa dos fãs assegura a continuidade da obra e enriquece seu universo narrativo, criando um ciclo de produção e consumo que fortalece a lealdade do público e assegura a relevância da marca. A cultura participativa, portanto, é uma ferramenta estratégica no cenário midiático atual, pois transforma o consumidor em um agente ativo na construção de valor e na preservação da identidade da marca.

A Cultura Participativa, aliada à narrativa transmídia e às estratégias de marketing digital, redefine a interação entre consumidores e marcas, posicionando os fãs como agentes criativos ativos no universo das narrativas. Esse fenômeno não se restringe apenas à criação de conteúdos derivados, mas implica uma profunda transformação no modo como o público interage com a mídia. Nesse sentido, os fãs deixam de ser receptores passivos, assumindo papéis que os inserem como cocriadores, ampliando as narrativas e reinterpretando conteúdos de maneira que adiciona novas camadas de significado. A narrativa transmídia complementa a Cultura Participativa ao fragmentar a história em diferentes plataformas, oferecendo novas formas de interação e participação ao público. Em vez de confinar a narrativa ao formato televisivo, *The Simpsons* utiliza games, quadrinhos, parques temáticos e redes sociais para criar pontos de contato adicionais. Cada plataforma adiciona uma nova perspectiva à história principal, incentivando o público a explorar diferentes aspectos do universo narrativo. No caso de *The Simpsons*, essa estratégia permite que o fã mergulhe profundamente no universo da série, explorando a identidade dos personagens e as peculiaridades de Springfield,

promovendo uma experiência integrada e imersiva que reforça o vínculo do público com a obra.

O marketing digital, por sua vez, potencializa o alcance das estratégias transmídia e da Cultura Participativa ao permitir uma interação constante entre a marca e seus consumidores. Com as plataformas digitais, *The Simpsons* se mantém presente na vida dos fãs por meio de conteúdos interativos, enquetes, jogos e campanhas de memes. Essas atividades não só promovem o conteúdo da série, mas também estabelecem uma relação de proximidade entre o público e a marca, onde os fãs sentem que são parte do desenvolvimento contínuo da narrativa. Esse engajamento frequente e direto oferece às empresas uma compreensão mais profunda do comportamento do consumidor, permitindo que adaptem suas estratégias de acordo com as preferências e expectativas dos fãs.

Contudo, a Cultura Participativa e a narrativa transmídia não são isentas de desafios, especialmente no que se refere ao controle sobre a identidade e a narrativa da marca. A liberdade criativa dos fãs permite interpretações que nem sempre se alinham com a visão dos criadores, o que pode gerar tensões entre o conteúdo oficial e as criações do fandom. *The Simpsons*, ao longo de seus anos, enfrentou situações em que a cocriação dos fãs abordava temas sensíveis, como a representação do personagem Apu, que passou de uma figura humorística a um símbolo de debate sobre estereótipos culturais. A tensão entre a liberdade criativa dos fãs e o controle exercido pela organização evidencia o papel complexo das empresas, que devem equilibrar o incentivo à participação dos fãs com a necessidade de manter a integridade da marca.

“[...] renunciar às rédeas do controle de marca vem com um ninho de questões ocultas. As expectativas dos fãs tendem a inclinar a uma de duas maneiras: ou eles são profundamente conservadores, tornando os fãs hostis às mudanças necessárias para manter uma marca atual, ou podem exigir as alterações mais extremas para atender aos próprios caprichos, às vezes muito particulares. Este último pode significar atropelar as qualidades que fizeram seu objeto de fã especial em primeiro lugar. (FRAADE-BLANAR; GLAZER, 2018, p.34)

A Cultura Participativa, a narrativa transmídia e o marketing digital constituem uma abordagem estratégica que permite às marcas construir uma relação mais profunda e colaborativa com o público. Essa dinâmica promove uma experiência integrada, onde cada plataforma adiciona um novo ponto de vista à narrativa e os fãs atuam como cocriadores, ajudando a expandir e preservar o universo da marca.

4.3.1 De Telespectador a Embaixador: Fandom e Marketing na Era do Prosumer

A transição de um público passivo para um “prosumer” — o consumidor que participa ativamente da criação e divulgação do conteúdo — é um dos elementos que sustentam a longevidade e relevância de *The Simpsons*. A série se tornou um ícone cultural, ampliando sua presença além da tela, através de diversas estratégias de marketing digital que exploram a participação direta dos fãs na divulgação da marca. Um exemplo dessa dinâmica é encontrado em episódios clássicos, como “Homer the Vigilante” (Temporada 5, Episódio 11), onde o humor ácido e a sátira social servem como pontes para discussões culturais. No podcast “Eu Te Amo, Dr. Zaius”, esse episódio é mencionado como um reflexo da própria sociedade americana, com os fãs estendendo as discussões para os desafios de justiça e moralidade que o episódio aborda. Nas redes sociais, os debates são ampliados, e os fãs assumem o papel de coprodutores do significado da série, criando uma narrativa colaborativa que beneficia o marketing de *The Simpsons* e mantém a série relevante e comentada. A cultura de fãs também permite que a série evolua e reaja em tempo real às demandas e ao feedback dos admiradores. Quando os fãs expressam opiniões sobre personagens e enredos, a equipe de *The Simpsons* muitas vezes reage a essas sugestões e críticas, reformulando personagens e abordagens de acordo com o feedback.

O caso do personagem Apu Nahasapeemapetilon, proprietário indiano do mercadinho Kwik-E-Mart em *The Simpsons*, exemplifica uma mudança significativa na relação entre a produção da série e a audiência. Desde sua introdução, Apu era um dos principais personagens secundários, conhecido por seu sotaque carregado e pela repetição da frase “Thank you, come again!” (“Obrigado, volte sempre!”). Embora o personagem fosse inicialmente aceito como um alívio cômico, as críticas começaram a surgir com o tempo, especialmente no contexto das discussões sobre estereótipos e representações de minorias étnicas na mídia. A questão foi abordada de forma crítica no documentário *The Problem with Apu*, dirigido por Michael Melamedoff⁵⁹ e lançado em 2017. O filme é conduzido pelo comediante Hari Kondabolu⁶⁰, que critica a forma como Apu perpetua estereótipos raciais sobre sul-asiáticos, destacando como o personagem, dublado pelo ator Hank Azaria, contribuiu para o preconceito contra essa comunidade ao reforçar características que muitas vezes são usadas para estigmatizar imigrantes. Kondabolu argumenta que Apu tornou-se um

⁵⁹ Diretor do documentário *The Problem with Apu* (2017), que explora as controvérsias e debates em torno da representação estereotipada do personagem Apu Nahasapeemapetilon na série *The Simpsons*, especialmente em relação a questões de diversidade e representatividade cultural.

⁶⁰ Comediante e cineasta, criador do documentário *The Problem with Apu* (2017), no qual critica a representação estereotipada do personagem Apu em *The Simpsons* e discute o impacto negativo que tal representação teve sobre a comunidade sul-asiática nos Estados Unidos.

"símbolo" para piadas raciais, afetando negativamente a forma como as pessoas de origem sul-asiática são vistas e tratadas nos Estados Unidos e em outras partes do mundo.

A equipe de produção de *The Simpsons*, então, decidiu reduzir a participação do personagem nos episódios e implementar uma nova política, na qual personagens de minorias seriam dublados por atores de origem correspondente, demonstrando uma adaptação da série às demandas culturais e ao feedback dos fãs. A importância de Apu na discussão sobre representatividade se reflete também em episódios específicos da série. Em *Much Apu About Nothing* (Temporada 7, Episódio 23), a questão da imigração e o preconceito com estrangeiros são tratados de forma humorística, mas com um tom crítico. No episódio, Apu enfrenta o risco de deportação após uma campanha contra imigrantes em Springfield. Para evitar ser expulso dos Estados Unidos, ele tenta se adaptar, passando por uma “americanização” e buscando formas de ser aceito como cidadão americano. Esse episódio expõe as tensões e desafios que imigrantes enfrentam ao tentar se encaixar em uma sociedade que, muitas vezes, os vê de forma estereotipada.

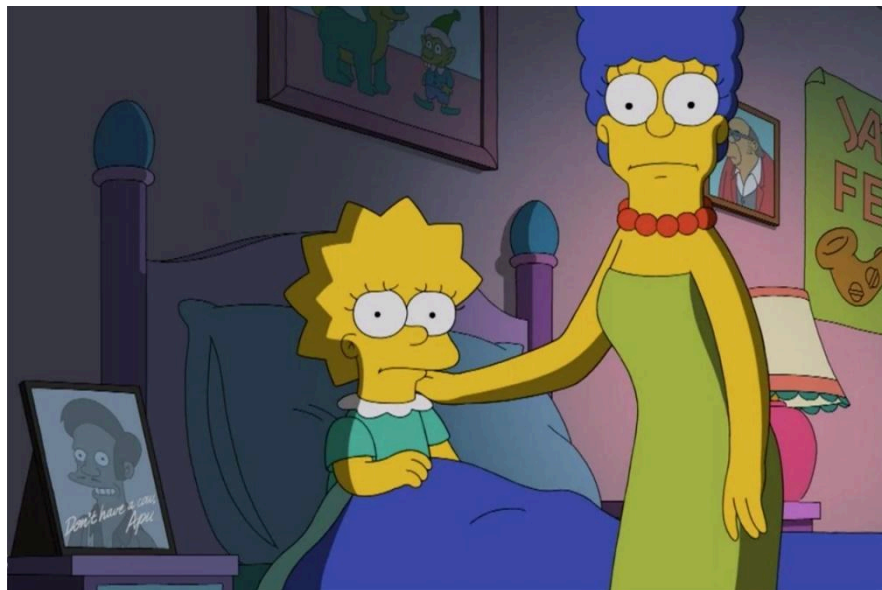


Figura 4 Quebra da 4ª parede. "No Good Read Goes Unpunished - Ep15 TP 29" Fonte: https://www.reddit.com/r/TheSimpsons/comments/cvbrqx/the_simpsons_producers_confirm_apu_will_remain_in/?rdt=63562

O episódio de *The Simpsons* que respondeu às críticas sobre a representação do personagem Apu é intitulado "No Good Read Goes Unpunished", ele é o 15º episódio da 29ª temporada, e foi exibido em 8 de abril de 2018. Nesse episódio, Marge lê para Lisa uma versão modificada de um livro clássico, tentando evitar conteúdo ofensivo. Em resposta, Lisa

faz um comentário direto sobre Apu: “Algo que começou há décadas e foi considerado inofensivo é agora politicamente incorreto. O que você pode fazer?”. Ela então olha para uma foto de Apu ao lado da cama, deixando claro o alvo da crítica. Marge conclui com a frase: “Algumas coisas serão tratadas mais tarde... se é que serão.” Essa situação ilustra como a participação ativa dos fãs em torno de uma marca pode impactar diretamente suas escolhas narrativas, levando os criadores a adaptarem suas histórias para atender às novas sensibilidades do público. Desde então, Apu voltou a aparecer mais na série, isso porque vários fãs ficaram desgostosos com a decisão inicial de reduzir a presença do personagem nos episódios. O caso de Apu exemplifica como essa cocriação pode exigir adaptações e até mudanças significativas por parte da marca. Essa adaptação do personagem e a resposta da produção da série às críticas ilustram a influência significativa da Cultura de Fãs e o papel ativo dos admiradores na construção e reformulação das narrativas em *The Simpsons*. O caso de Apu mostra como o feedback do público não apenas ecoa no universo das redes sociais e documentários, mas também resulta em mudanças reais dentro da série. A representatividade na mídia e o cuidado com a diversidade cultural tornam-se, assim, pontos centrais na estratégia de marketing e na gestão de imagem da série, que evolui junto com os valores de seus fãs.

Na era digital, a figura do fã evoluiu de um simples consumidor para um "prosumer" – um consumidor-produtor que participa ativamente da construção e disseminação de conteúdo, agregando valor e ampliando o alcance da marca. Esse conceito, introduzido por Alvin Toffler, ressignifica o papel do consumidor no marketing digital, especialmente dentro da Cultura de Fãs, onde o engajamento vai muito além do consumo passivo. Essa mudança transforma o fã em um parceiro essencial das marcas, agregando autenticidade e confiabilidade à comunicação, além de contribuir para a criação de uma comunidade leal que amplia o alcance das campanhas de forma orgânica.

O papel do prosumer é evidente no universo de *The Simpsons*, onde os fãs interagem continuamente com o conteúdo da série ao criar, compartilhar e comentar sobre teorias, memes, fanfics e discussões nas redes sociais. Essas atividades transcendem o formato televisivo e colocam a série em contato com diferentes gerações e culturas, estendendo a narrativa para além das telas e fortalecendo a presença digital da marca. Dessa forma, a marca consegue se manter atualizada e relevante em um cenário cultural em constante transformação, com os fãs atuando como promotores espontâneos que atraem novos públicos e reforçam o vínculo emocional dos espectadores mais antigos. Além da produção de

conteúdos derivados, o engajamento dos fãs no ambiente digital se torna um ativo valioso para o marketing digital. Essa interação é particularmente vantajosa para marcas que buscam não apenas vender um produto, mas construir um relacionamento autêntico e duradouro com o consumidor, baseado na colaboração e na cocriação de valor.

O Prosumerismo, no entanto, apresenta desafios para as marcas, especialmente no que diz respeito ao controle da narrativa e à integridade da identidade da marca. A liberdade criativa dos fãs, ao mesmo tempo em que expande o alcance da série, pode gerar interpretações que se desviam da visão original dos produtores ou até mesmo que abordam temas controversos que podem impactar negativamente a imagem pública da marca.

“Ter fãs é bom. Ter fãs é divertido, valida o trabalho e confere poder. Mas, no fim das contas, há um lado sombrio do gerenciamento de fãs, um lado que é sobre reconhecer o que poderia causar uma revolta, antecipar a reação, decidir se vale a pena insistir, e responder de forma mais autêntica possível.” (FRAADE-BLANAR; GLAZER, 2018, p.252)

Essa necessidade de moderação é particularmente relevante em *The Simpsons*, que lida com temas satíricos e personagens de várias etnias, cuja representação pode levantar debates sobre estereótipos culturais, como foi o caso do personagem Apu. Para manter uma relação equilibrada, as empresas devem definir diretrizes claras que encorajem a criatividade dos fãs enquanto preservam a essência da marca. Esse equilíbrio é fundamental na cultura participativa, onde o público contribui ativamente para a criação de significado. Através desse gerenciamento cuidadoso, marcas como *The Simpsons* conseguem transformar a participação do público em uma força aliada, que amplia a narrativa e gera novos pontos de contato com o público.

A conexão entre prosumerismo e marketing digital também proporciona uma experiência transmidiática, onde a narrativa se desdobra em várias plataformas e mídias. *The Simpsons* exemplificam essa abordagem ao oferecer interações em mídias como quadrinhos, videogames e parques temáticos, incentivando o público a vivenciar a série de formas que vão além da televisão. Esse tipo de envolvimento multidimensional permite que os fãs explorem diferentes aspectos do universo dos personagens e se sintam ainda mais imersos na narrativa, fortalecendo o vínculo emocional e promovendo um engajamento contínuo. No marketing digital, marcado pelo prosumerismo e pela Cultura de Fãs, as marcas transformam a maneira de se posicionar e se conectar com o público, criando um relacionamento colaborativo e autêntico, onde o consumidor atua como cocriador e parceiro estratégico, ajudando a expandir e enriquecer o universo da marca. No caso de *The Simpsons*, essa interação orgânica com os

fãs resulta em uma promoção contínua e espontânea, onde cada fã contribui para a durabilidade e relevância da série, reforçando sua posição na cultura e mídia globais.

A Cultura de Fãs emergiu como um alicerce fundamental para o marketing digital contemporâneo, remodelando a interação entre marcas e consumidores e convertendo o público em um participante ativo na formação e divulgação da identidade de uma marca. Ao contrário do cliente tradicional, o fã se envolve na produção e disseminação de conteúdo de maneira espontânea e inovadora, agregando um valor considerável para a marca ao se posicionar como embaixador, cocriador e defensor. Este comportamento participativo oferece às empresas a chance de estabelecer uma conexão genuína e constante com seu público.

Ela também oferece vantagens significativas para o marketing digital ao transformar o público em uma rede de divulgação espontânea e orgânica. Por meio de suas criações e interações nas redes sociais, os fãs de *The Simpsons* amplificam o alcance da marca de maneira que seria difícil de alcançar com campanhas tradicionais. Esse engajamento ativo dos fãs constrói um ciclo de comunicação bidirecional, no qual o público se sente valorizado e ouvido, estreitando os laços emocionais com a marca. Esta estratégia participativa e interativa não apenas garante a pertinência de *The Simpsons*, mas também abre possibilidades para que os espectadores possam influenciar diretamente as histórias da série. Este é um benefício crucial, pois possibilita que as organizações detectem preferências, tendências e reações emocionais do público em tempo real. Este processo fica claro em *The Simpsons*, onde as opiniões dos fãs afetam as decisões narrativas, fazendo com que a série aborde temas atuais e se ajuste aos interesses de diversas gerações, mantendo-se culturalmente pertinente.

Contudo, a Cultura de Fãs também traz desafios para as táticas de marketing, particularmente no que diz respeito à gestão da autonomia criativa dos fãs e à preservação da autenticidade da marca. A liberdade de interpretação proporcionada aos fãs pode levar a conteúdos que não refletem a perspectiva dos criadores, demandando das marcas uma administração meticulosa. Alguns escritores e críticos destacam que a sobreposição de interesses entre a marca e os fãs pode resultar em tensões que demandam uma mediação meticulosa para prevenir conflitos de imagem e alinhar metas.

“As exigências e opiniões dos fãs precisam ser levadas a sério, mas não literalmente. Essas exigências são um marcador importante de como um objeto de fã é percebido, mas elas não representam o que é melhor para a marca. [...] compreender as exigências dos fãs equivale a interpretar o que eles realmente estão solicitando, e não o que acham que estão solicitando.” (FRAADE-BLANAR; GLAZER, 2018, p.265)

Este é um ponto delicado para *The Simpsons*, cuja história, quando explorada por terceiros, pode originar conteúdos que questionam a fronteira entre a veracidade e a reputação

pública da marca. Isso enfatiza a importância de uma estratégia equilibrada, na qual a marca estimula a criatividade dos fãs, mas preserva o domínio sobre os princípios fundamentais da série. Um desafio adicional reside na harmonia entre inovação e continuidade, particularmente em uma série de longa duração como *The Simpsons*, cujas alterações ao longo dos anos têm provocado reações díspares entre os admiradores. O público, ao sentir que possui algum controle sobre a narrativa, pode desenvolver expectativas rigorosas em relação ao conteúdo e à forma como ele evolui. Essa necessidade de equilíbrio é essencial para manter a confiança e o engajamento do público, ao mesmo tempo em que preserva a integridade e a coerência da marca.

As estratégias de marketing digital que incorporam a Cultura de Fãs têm um impacto transformador nas franquias, ao permitir que os consumidores não apenas recebam, mas cocriem conteúdos, reforçando a identidade e a presença cultural da marca. Em *The Simpsons*, essa proximidade é cultivada não apenas por meio de episódios e mídias derivadas, mas também através de eventos, produtos licenciados e plataformas digitais, onde o público pode interagir com a série e expressar sua própria visão do universo criado. Esse envolvimento pessoal e criativo cria um sentimento de pertencimento, um vínculo emocional que estimula a lealdade e assegura a continuidade do consumo. Além dos conteúdos derivados, a produção de eventos e produtos voltados para o fandom de *The Simpsons* é uma estratégia valiosa, pois amplia a experiência do fã e permite que ele vivencie a série em outros contextos. Produtos licenciados, como brinquedos, roupas e acessórios, reforçam o vínculo emocional entre o fã e a obra. Esse sentimento de pertencimento fomenta um vínculo que transcende o conteúdo televisivo e torna a série parte integrante do cotidiano do público, perpetuando sua relevância cultural.

Por fim, essa nova dinâmica permite que as marcas permaneçam em diálogo constante com o público, ajustando e ampliando seu universo narrativo de acordo com as novas demandas culturais. Essa interação contínua entre marca e público cria um ciclo de produção e renovação constante, onde o fandom age como um agente de retroalimentação que ajuda a adaptar a narrativa e a expandir sua relevância para as gerações futuras. A flexibilidade e o caráter responsivo dessa abordagem contribuem para que a série se mantenha não apenas como um produto de entretenimento, mas como um fenômeno cultural duradouro.

A Cultura de Fãs é uma estratégia robusta e diversificada para o marketing digital, proporcionando às empresas a chance de estabelecer uma conexão genuína e constante com o seu público. Para maximizar essa dinâmica, as organizações devem adotar uma estratégia que

valorize a criatividade e o envolvimento dos fãs, mantendo simultaneamente a integridade e os princípios fundamentais da marca.

4.3.2 Entre Brindes e Limites: O Fã como Público e Cocriador

No contexto de *The Simpsons*, a relação entre fã e produto transcende a experiência televisiva e ganha complexidade ao influenciar as estratégias de marketing e o comportamento do público. Um exemplo clássico é a **Duff Beer**, a fictícia cerveja preferida de Homer Simpson, que se tornou um verdadeiro símbolo da série. Inicialmente, a Duff era um elemento narrativo que representava a cultura americana do consumo e do “happy hour”, em uma sátira das marcas populares de cerveja. No entanto, devido à alta demanda dos fãs, a Duff passou do universo fictício para o mercado real, sendo lançada como um produto comercial em diversas regiões. Essa transição não só reforça o engajamento dos fãs, mas também revela como as empresas utilizam a cultura de fãs para estender o universo narrativo e criar produtos que atendam a desejos específicos do público, estabelecendo a marca como parte do cotidiano (BEERCAST, 2019). A Duff Beer, assim, simboliza como a série “vaza” para o mundo real, transformando um detalhe cômico em um fenômeno de consumo, revelando a disposição dos fãs em se conectar com a série por meio de experiências sensoriais e tangíveis. Além dos produtos de consumo, *The Simpsons* investiu em experiências interativas como os parques temáticos na Universal Studios, onde é possível explorar o universo de Springfield e interagir com locais icônicos da série, como o Bar do Moe e a lanchonete Krusty Burger. Essa estratégia visa proporcionar ao fã uma imersão completa, onde ele pode “viver” a experiência dos personagens e se sentir parte do universo simpsonianiano. Essa iniciativa não só atraiu fãs de longa data, mas também introduziu a série a novos públicos, criando uma rede de interação intergeracional. Conforme observado no podcast “Eu Te Amo, Dr. Zaius”, o apelo dos parques temáticos vai além da nostalgia, atraindo espectadores que cresceram com a série e que agora compartilham essa experiência com suas famílias, reforçando a lealdade dos fãs ao oferecer uma experiência sensorial e emocional que transcende a tela (EU TE AMO, Dr. Zaius, Episódio 53).

Os videogames baseados na série, como *The Simpsons: Hit & Run*, também desempenham um papel importante na atração de novos públicos e na retenção de fãs mais jovens, demonstrando como a marca evolui para se manter atual e envolvente. Os games permitiram uma interação mais dinâmica com a série, possibilitando que o jogador controlasse personagens como Homer e Bart, vivenciando Springfield e participando de

missões que remetem aos episódios da animação. Esses produtos transmídia reforçam o “fator fandom”, no qual os fãs podem não apenas assistir, mas vivenciar o universo da série em múltiplas dimensões. Esse tipo de conteúdo atende a uma demanda moderna por interatividade e convergência de mídias, explorando o envolvimento profundo dos fãs e sua disposição para consumir conteúdo da série em diversas formas, o que é uma estratégia valiosa para fortalecer a lealdade e a longevidade da marca The Simpsons.

A Cultura de Fãs emergiu como um alicerce fundamental para o marketing digital contemporâneo, remodelando a interação entre marcas e consumidores e convertendo o público em um participante ativo na formação e divulgação da identidade de uma marca. Ao contrário do cliente tradicional, o fã se envolve na produção e disseminação de conteúdo de maneira espontânea e inovadora, agregando um valor considerável para a marca ao se posicionar como embaixador, cocriador e defensor. Este comportamento participativo oferece às empresas a chance de estabelecer uma conexão genuína e constante com seu público.

Ela também oferece vantagens significativas para o marketing digital ao transformar o público em uma rede de divulgação espontânea e orgânica. Por meio de suas criações e interações nas redes sociais, os fãs de The Simpsons amplificam o alcance da marca de maneira que seria difícil de alcançar com campanhas tradicionais. Esse engajamento ativo dos fãs constrói um ciclo de comunicação bidirecional, no qual o público se sente valorizado e ouvido, estreitando os laços emocionais com a marca. Esta estratégia participativa e interativa não apenas garante a pertinência de The Simpsons, mas também abre possibilidades para que os espectadores possam influenciar diretamente as histórias da série. Este é um benefício crucial, pois possibilita que as organizações detectem preferências, tendências e reações emocionais do público em tempo real. Este processo fica claro em The Simpsons, onde as opiniões dos fãs afetam as decisões narrativas, fazendo com que a série aborde temas atuais e se ajuste aos interesses de diversas gerações, mantendo-se culturalmente pertinente.

Contudo, a Cultura de Fãs também traz desafios para as táticas de marketing, particularmente no que diz respeito à gestão da autonomia criativa dos fãs e à preservação da autenticidade da marca. A liberdade de interpretação proporcionada aos fãs pode levar a conteúdos que não refletem a perspectiva dos criadores, demandando das marcas uma administração meticulosa. Alguns escritores e críticos destacam que a sobreposição de interesses entre a marca e os fãs pode resultar em tensões que demandam uma mediação meticulosa para prevenir conflitos de imagem e alinhar metas.

“As exigências e opiniões dos fãs precisam ser levadas a sério, mas não literalmente. Essas exigências são um marcador importante de como um objeto de fã é percebido, mas elas não representam o que é melhor para a marca. [...]compreender as exigências dos fãs equivale a interpretar o que eles realmente estão solicitando, e não o que acham que estão solicitando.” (FRAADE-BLANAR; GLAZER, 2018, p.265)

Este é um ponto delicado para *The Simpsons*, cuja história, quando explorada por terceiros, pode originar conteúdos que questionam a fronteira entre a veracidade e a reputação pública da marca. Isso enfatiza a importância de uma estratégia equilibrada, na qual a marca estimula a criatividade dos fãs, mas preserva o domínio sobre os princípios fundamentais da série. Um desafio adicional reside na harmonia entre inovação e continuidade, particularmente em uma série de longa duração como *The Simpsons*, cujas alterações ao longo dos anos têm provocado reações díspares entre os admiradores. O público, ao sentir que possui algum controle sobre a narrativa, pode desenvolver expectativas rigorosas em relação ao conteúdo e à forma como ele evolui. Essa necessidade de equilíbrio é essencial para manter a confiança e o engajamento do público, ao mesmo tempo em que preserva a integridade e a coerência da marca.

As estratégias de marketing digital que incorporam a Cultura de Fãs têm um impacto transformador nas franquias, ao permitir que os consumidores não apenas recebam, mas criem conteúdos, reforçando a identidade e a presença cultural da marca. Em *The Simpsons*, essa proximidade é cultivada não apenas por meio de episódios e mídias derivadas, mas também através de eventos, produtos licenciados e plataformas digitais, onde o público pode interagir com a série e expressar sua própria visão do universo criado. Esse envolvimento pessoal e criativo cria um sentimento de pertencimento, um vínculo emocional que estimula a lealdade e assegura a continuidade do consumo. Além dos conteúdos derivados, a produção de eventos e produtos voltados para o fandom de *The Simpsons* é uma estratégia valiosa, pois amplia a experiência do fã e permite que ele vivencie a série em outros contextos. Produtos licenciados, como brinquedos, roupas e acessórios, reforçam o vínculo emocional entre o fã e a obra. Esse sentimento de pertencimento fomenta um vínculo que transcende o conteúdo televisivo e torna a série parte integrante do cotidiano do público, perpetuando sua relevância cultural.

Por fim, essa nova dinâmica permite que as marcas permaneçam em diálogo constante com o público, ajustando e ampliando seu universo narrativo de acordo com as novas demandas culturais. Essa interação contínua entre marca e público cria um ciclo de produção e renovação constante, onde o fandom age como um agente de retroalimentação que ajuda a adaptar a narrativa e a expandir sua relevância para as gerações futuras. A flexibilidade e o

caráter responsivo dessa abordagem contribuem para que a série se mantenha não apenas como um produto de entretenimento, mas como um fenômeno cultural duradouro.

A Cultura de Fãs é uma estratégia robusta e diversificada para o marketing digital, proporcionando às empresas a chance de estabelecer uma conexão genuína e constante com o seu público. Para maximizar essa dinâmica, as organizações devem adotar uma estratégia que valorize a criatividade e o envolvimento dos fãs, mantendo simultaneamente a integridade e os princípios fundamentais da marca.

O comportamento dos fãs ao criar e compartilhar conteúdos relacionados a uma marca ou série oferece tanto oportunidades quanto desafios significativos para as empresas. Essa dinâmica, conhecida como Cultura de Fãs, transforma consumidores em participantes ativos — ou “prosumers” — que não apenas consomem, mas também produzem e divulgam conteúdos, ampliando o alcance e o impacto cultural de uma obra de maneira espontânea. Para as marcas, essa atividade engajada é um recurso de marketing valioso, mas também suscita questões complexas sobre os limites de controle e a autonomia dos fãs na cocriação. A participação do consumidor na produção de conteúdo pode gerar uma tensão entre a liberdade criativa dos fãs e o controle da marca, revelando o paradoxo entre o enorme potencial positivo da Cultura de Fãs e os riscos de interpretações criativas que possam desviar dos valores e da visão original da marca.

No caso de *The Simpsons*, essa relação é testada frequentemente, especialmente por se tratar de uma série com um estilo satírico e provocador, que aborda temas sociais sensíveis e faz uso de humor crítico. Por exemplo, o personagem Apu demonstra claramente os obstáculos ligados ao comportamento dos fãs e à independência na Cultura Participativa. Durante anos, Apu foi visto como uma sátira cômica, até que o debate em ascensão entre admiradores e críticos sugeriu que sua representação poderia ser interpretada como um estereótipo ofensivo. Consequentemente, os criadores da série se viram obrigados a reavaliar a maneira como o personagem era apresentado.

Contudo, esse envolvimento dos fãs pode resultar em uma perda de controle sobre a identidade e a integridade da marca, principalmente quando o conteúdo criado pelo público diverge das intenções originais. Nesse contexto, a necessidade de diretrizes e limites para a autonomia dos fãs se torna evidente. Para as marcas, estabelecer essas diretrizes é crucial, pois garante que os conteúdos criados pelos fãs permaneçam alinhados com os valores e objetivos estratégicos da empresa. Essa “gestão cuidadosa” não visa restringir a liberdade dos fãs, mas sim assegurar que suas criações não distorçam a mensagem central e os valores da marca, protegendo sua imagem pública e reputação. “Lidar com um grupo de fãs, um grupo que você

aprecia e respeita, é maravilhoso, terrível, doloroso, gratificante e é dramático como o diabo.” (FRAADE-BLANAR; GLAZER, 2018, p.283). A interação dos fãs com marcas como The Simpsons também ocorre em uma “zona cinzenta” de interpretações e representações, especialmente no ambiente digital, onde a rapidez e o alcance das redes sociais tornam o controle do conteúdo mais complexo.

Outro desafio crucial relacionado ao comportamento dos fãs é a popularidade de narrativas alternativas e a possível predominância de interpretações não oficiais, que podem, em alguns casos, redefinir a compreensão pública de uma marca. Em The Simpsons, o comportamento dos fãs pode gerar leituras alternativas que ampliam e transformam a percepção do universo da série, levando, por exemplo, personagens a serem redefinidos conforme o entendimento e a interação de cada nova geração de fãs. Isso apresenta tanto uma oportunidade quanto um risco, pois, embora amplie o alcance cultural da série, também pode diluir sua essência e sua mensagem original.

A gestão de limites na Cultura de Fãs, portanto, deve equilibrar o incentivo à criatividade dos fãs com a preservação da identidade e dos valores da marca. Nesse sentido, as diretrizes podem incluir instruções claras sobre o uso de conteúdos e personagens protegidos pela marca, o tom a ser utilizado nas criações e abordagens que respeitem a visão original dos criadores. Dessa forma, os fãs podem continuar a expressar sua criatividade e contribuir para a expansão da narrativa, enquanto a empresa mantém a coerência de sua mensagem e evita possíveis crises de imagem.

Esse comportamento de prosumerismo – onde fãs consomem e produzem conteúdos inspirados em uma marca – é uma das formas mais eficazes de engajamento no marketing digital. Para as empresas, esse cenário implica na criação de um ambiente que valorize a participação dos fãs, mas que ao mesmo tempo garanta que a marca mantenha uma mensagem clara e alinhada com seus princípios e objetivos. The Simpsons, que possui uma narrativa mais ousada, enfrenta o desafio constante de manter o controle sobre as interpretações de sua história e personagens, uma vez que os fãs criam e distribuem conteúdos como memes, teorias e fanfics que, embora populares, podem deturpar a visão e a narrativa original. Ao promover uma relação de cocriação com os fãs, as marcas precisam gerenciar um equilíbrio entre incentivar o engajamento do público e preservar sua própria identidade. Jenkins (2022) reforçam essa ideia ao afirmar que a interação entre fãs e marca deve ser gerida para que as contribuições dos fãs não entrem em conflito com a mensagem e os valores da marca.

“Como vimos, a indústria midiática está cada vez mais dependente de consumidores ativos e envolvidos para divulgar marcas num mercado saturado e, em alguns casos, procurando formas de aproveitar a produção midiática dos fãs para baixar os custos

de produção. Ao mesmo tempo, fica aterrorizada com o que pode acontecer se esse poder do consumidor fugir ao controle, como alega ter ocorrido após o aparecimento do Napster e de outros programas de compartilhamento de arquivos. A medida que a produtividade dos fãs se torna pública, ela não pode mais ser ignorada pelas indústrias midiáticas, tampouco pode ser totalmente controlada ou aproveitada por elas.” (JENKINS, 2022, p.192-193)

Esse modelo de governança é essencial para evitar interpretações que possam comprometer a imagem e a percepção pública da marca, ao mesmo tempo em que mantém o engajamento e a satisfação do público.

Portanto, o comportamento dos fãs e sua autonomia criativa representam um aspecto central, mas complexo, da Cultura de Fãs. A gestão dessa autonomia exige uma abordagem equilibrada, onde as diretrizes não restrinjam a criatividade dos fãs, mas ofereçam um caminho para que eles contribuam de forma positiva e alinhada aos objetivos da marca. Em *The Simpsons*, a gestão desses limites é especialmente relevante, já que a série se apoia em um público diverso e fiel, que contribui ativamente para a disseminação e expansão do universo da série. Esse público é, simultaneamente, uma fonte rica de inovação e engajamento, mas que, sem diretrizes claras, pode comprometer a integridade da marca.

Portanto, ao estabelecer parâmetros e incentivar uma participação responsável, as marcas podem usufruir dos benefícios do comportamento de fãs e do prosumerismo, ao mesmo tempo em que mantêm o controle sobre a essência de sua narrativa e imagem. A autonomia criativa dos fãs é, portanto, uma ferramenta poderosa para o engajamento e a expansão de uma marca, desde que cuidadosamente gerida para preservar sua integridade e longevidade.

4.3.3 Equilibrando o Jogo: Entre Expectativas dos Fãs e a Integridade da Marca

A relação entre *The Simpsons* e seu fandom reflete uma situação complexa e rica em nuances na qual as marcas contemporâneas enfrentam o desafio de preservar sua identidade ao mesmo tempo em que respondem às demandas de uma base de fãs engajada. Na era do prosumer, onde os consumidores assumem também o papel de criadores e promotores da marca, a necessidade de encontrar um equilíbrio entre integridade e adaptação torna-se primordial. O exemplo de *The Simpsons*, especialmente quando se analisa o surgimento de produtos como a **Duff Beer**, parques temáticos inspirados em Springfield e diversos videogames, demonstra como o fandom é não apenas uma audiência, mas uma força influenciadora no mercado e na narrativa da série. Esse envolvimento intenso apresenta uma oportunidade de crescimento e de fortalecimento da marca, mas também impõe desafios

quanto à preservação dos valores e da autenticidade que caracterizam a série. A Duff Beer, um dos produtos mais emblemáticos de *The Simpsons*, exemplifica bem essa dinâmica. Originalmente uma paródia da cultura americana de consumo excessivo e da dependência de produtos populares, a Duff rapidamente se tornou um ícone entre os fãs. Com o passar do tempo, os criadores perceberam o potencial de transformar a Duff em um produto comercializável fora das telas, uma jogada que atraiu inúmeros fãs e ampliou o alcance da marca. Contudo, essa transição de um elemento satírico para um produto real gerou debates entre os fãs, levantando questões sobre o limite entre fidelidade à crítica social original e a comercialização que a mesma Duff representava na série. Alguns fãs abraçaram a ideia de poder consumir um item icônico de *The Simpsons*, enquanto outros questionam se a essência crítica da série estava sendo comprometida pela comercialização de um produto que simbolizava o consumo desenfreado.

Além dos produtos físicos, a criação de experiências imersivas como os parques temáticos da Universal Studios oferece uma oportunidade única para o fandom. Estes ambientes possibilitam que os fãs se conectem com o universo de Springfield em uma escala real, explorando lugares como o bar do Moe e o Kwik-E-Mart. Essas experiências não apenas intensificam o envolvimento emocional dos fãs, mas também representam um exemplo de marketing de experiência, que transforma a marca em uma vivência palpável e compartilhável. No entanto, existe o risco de que tais adaptações reduzam a série a um conjunto de cenários icônicos, priorizando o apelo visual e a nostalgia em detrimento da complexidade e profundidade que *The Simpsons* representa enquanto crítica da sociedade americana. Como Jenkins (2022) ressalta, a cultura participativa traz uma "potência criativa dos fãs" que é fundamental para a sustentabilidade de uma marca, mas que exige uma gestão cuidadosa para preservar a autenticidade e a identidade da mesma.

Essa necessidade de ajuste entre as expectativas dos fãs e a integridade da marca também é observável nos personagens principais. Homer Simpson, por exemplo, começou como um pai de família bem-intencionado, embora um tanto desajeitado, representando o cidadão comum em suas lutas cotidianas. Contudo, ao longo dos anos, Homer passou por uma transformação significativa: de figura cômica e identificável, ele se tornou cada vez mais caricatural, representando um "americano exagerado", por vezes irresponsável e alienado. Essa mudança reflete um esforço dos roteiristas em adaptar o humor ao gosto contemporâneo, alinhado ao humor absurdo e exagerado que prevalece em plataformas digitais como o

YouTube e o TikTok. Ainda que tenha atraído uma nova audiência, essa mudança também alienou alguns fãs das primeiras temporadas, que se identificavam mais com o Homer “original” e suas falhas humanas e comuns. Bart Simpson, por outro lado, passou de protagonista nas primeiras temporadas para uma figura secundária, enquanto Homer assumiu o papel central da série. Nas três primeiras temporadas, Bart era o símbolo de rebeldia e crítica juvenil, caracterizando o humor da série como contestador e subversivo. Porém, à medida que os fãs passaram a se identificar mais com Homer, que reflete os dilemas e excessos da vida adulta, os roteiristas reposicionaram Bart em um papel secundário. Essa mudança é um exemplo de como a série ajustou seu foco para responder à evolução do perfil de seu público, que amadureceu junto com a série. Embora essa adaptação tenha ampliado o apelo de *The Simpsons* para um público mais maduro, ela também representa um desafio na gestão da narrativa e na preservação das características originais que definem os personagens.

Por fim, o universo de *The Simpsons* também se expandiu para o ambiente digital com videogames como *The Simpsons: Hit & Run*, que foi amplamente elogiado pelos fãs e pela crítica especializada. Os games permitiram que os fãs interagissem de maneira direta com o universo de Springfield, explorando seus locais icônicos e participando de histórias paralelas. Essa extensão do universo da série exemplifica como *The Simpsons* soube se adaptar à cultura digital, ampliando a experiência dos fãs e permitindo que eles se tornassem protagonistas em uma narrativa interativa. Ainda assim, a adaptação para o formato de games trouxe desafios sobre como manter a autenticidade da série, garantindo que a essência satírica e o humor crítico não se perdessem em uma plataforma diferente.

A análise do fandom de *The Simpsons* demonstra que a relação entre fãs e marcas transcende o consumo passivo, configurando-se como uma troca simbiótica onde cada parte influencia a outra. Essa simbiose apresenta um potencial imenso para engajamento e crescimento, mas também impõe limites e desafios importantes, sobretudo quando a marca precisa preservar sua integridade e ao mesmo tempo adaptar-se a um público que é, ele mesmo, cocriador e influenciador. Ao reconhecer o poder e as expectativas dos fãs, os criadores de *The Simpsons* evidenciam a capacidade de a série permanecer relevante e, ao mesmo tempo, fiel aos princípios que a transformaram em um ícone cultural global. O caso de *The Simpsons* exemplifica o poder do fandom na expansão e na consolidação de uma marca que, ao longo dos anos, evoluiu além do universo televisivo para se tornar um fenômeno transmídia, com produtos físicos, experiências interativas e uma forte presença digital. Cada

elemento analisado – desde a criação de produtos como a Duff Beer até a adaptação de personagens e o desenvolvimento de conteúdos para videogames e parques temáticos – evidencia o impacto da participação ativa dos fãs na construção e manutenção de uma narrativa que transcende a tela e alcança diversos aspectos do cotidiano dos espectadores.

Entretanto, com essa expansão surgem os desafios, particularmente em manter a essência e a autenticidade de uma série que foi originalmente criada para ser uma sátira ao estilo de vida americano. A presença ativa dos fãs, embora positiva em muitos aspectos, também coloca a marca frente a dilemas sobre a necessidade de adaptação e a preservação de seus elementos satíricos e críticos. Ao transformar personagens e adaptar temas para responder às transformações culturais e demandas do público, os produtores de *The Simpsons* exemplificam a dificuldade em preservar uma identidade coesa e autêntica em um ambiente onde os fãs são não apenas consumidores, mas também cocriadores. Em um contexto onde os fãs desempenham papel ativo no desenvolvimento da marca, a gestão das expectativas e a definição de limites são fundamentais para a continuidade e o sucesso da série.

Essa seção evidencia, assim, como a série *The Simpsons* equilibra as demandas do público com a preservação de sua integridade criativa, assegurando um espaço de diálogo que fortalece a cultura de fãs e contribui para o seu sucesso duradouro. Ao entrarmos no último bloco desta monografia, as considerações finais, serão revisados os principais pontos abordados, ponderando sobre o impacto duradouro da cultura de fãs para grandes franquias de animação e discutindo o legado de *The Simpsons* como uma das séries mais influentes no que tange à convergência entre mídia, cultura e participação ativa do público.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho buscou analisar a influência da Cultura de Fãs nas narrativas e estratégias de marketing na franquia de animação The Simpsons. A escolha deste tema fundamentou-se na relevância da participação ativa dos fãs na construção de valor para as marcas na atualidade, algo que se tornou ainda mais evidente com o avanço das plataformas digitais e a expansão das redes sociais. The Simpsons, uma das séries mais longas da história da televisão americana, destaca-se como um caso emblemático para compreender esse fenômeno, uma vez que ao longo de mais de três décadas, estabeleceu um relacionamento de cocriação com seu público. Esse relacionamento é único porque não apenas transforma os fãs em promotores espontâneos da marca, mas também permite que eles influenciem diretamente as decisões criativas e o desenvolvimento da narrativa. Este estudo visou compreender como o ambiente digital modificou a relação entre os consumidores e as marcas, tornando os fãs participantes ativos e cocriadores, especialmente em franquias de animação, nas quais o público demonstra grande lealdade e engajamento. A justificativa para este trabalho, portanto, está ligada à necessidade de explorar como essas interações moldam a construção de marcas culturalmente significativas e resilientes, capazes de adaptar-se a diferentes gerações. A análise de The Simpsons como objeto de estudo revela não só a longevidade da série, mas também o impacto que a cultura participativa e o fandom exercem sobre a criação e a permanência de uma marca no imaginário popular.

Para alcançar esses objetivos, a metodologia aplicada foi essencialmente qualitativa, fundamentada nas técnicas de Análise de Discurso e Netnografia. A escolha pela Análise de Discurso permitiu examinar as mensagens, os valores e as referências culturais veiculadas nos episódios de The Simpsons, assim como interpretar as respostas do público e dos criadores às mudanças culturais e sociais. A Netnografia foi fundamental para observar as interações e reações dos fãs em comunidades digitais, fóruns, redes sociais e no podcast “Eu Te Amo, Dr. Zaius”, onde debates sobre a série e seus personagens permitem compreender as percepções e o papel ativo da audiência. Ao integrar essas metodologias, a pesquisa abordou tanto a perspectiva dos fãs quanto a dos criadores, possibilitando uma análise abrangente sobre a influência da Cultura de Fãs em The Simpsons. Com esse enfoque, foi possível explorar como as franquias de animação, especificamente, adaptam-se às expectativas de seu público, ajustando elementos narrativos e personagens e, ao mesmo tempo, respondendo ao feedback contínuo do fandom.

O objetivo geral deste trabalho foi analisar a influência da Cultura de Fãs nas narrativas e estratégias de marketing na franquia de animação The Simpsons. De modo específico, buscou-se investigar a evolução do fandom no ambiente digital, avaliar os benefícios que o engajamento dos fãs traz para a franquia, e identificar os desafios e limitações envolvidos nessa relação entre fãs e criadores. Com base na metodologia aplicada e nas fontes analisadas, é possível afirmar que os objetivos foram amplamente alcançados.

Primeiro, o trabalho aprofundou-se na evolução da Cultura de Fãs no ambiente digital e como essa transformação tornou os fãs cocriadores na construção do universo de The Simpsons. Observou-se que o advento das redes sociais e das plataformas de compartilhamento transformou o papel do espectador, permitindo que ele deixe de ser apenas um receptor passivo para se tornar um participante ativo. Isso ficou claro em discussões online e fóruns onde o público compartilha teorias, memes e críticas, exercendo uma influência direta sobre a forma como os personagens e temas são abordados.

Em segundo lugar, avaliou-se o impacto do engajamento dos fãs no fortalecimento da marca. A análise confirmou que The Simpsons beneficia-se amplamente desse envolvimento, uma vez que o fandom não apenas amplia a visibilidade da série, mas também fomenta a fidelidade dos espectadores. A criação de produtos licenciados como a cerveja Duff e a ambientação de Springfield em parques temáticos, por exemplo, são resultados de uma estratégia de marketing que atende à demanda dos fãs por imersão, ampliando o alcance da série para além da televisão. Esses elementos destacam como o engajamento gera valor duradouro para a marca, transformando The Simpsons em um ícone cultural global.

Por fim, o trabalho buscou identificar os desafios e limitações dessa relação. Observou-se que a cocriação e a participação ativa dos fãs trazem benefícios, mas também apresentam obstáculos. A série teve que rever algumas representações de personagens, como o caso de Apu, refletindo as demandas por maior inclusão e respeito à diversidade. Essas mudanças revelam o desafio de equilibrar a autonomia criativa dos fãs com a necessidade de manter a integridade e consistência da marca. Os criadores de The Simpsons adaptaram-se a essas expectativas sociais, porém enfrentam o desafio contínuo de alinhar as expectativas dos fãs com os valores e a identidade da série.

Os resultados desta pesquisa confirmam que a Cultura de Fãs exerce uma influência significativa nas estratégias de marketing e no desenvolvimento narrativo de grandes

franquias, como *The Simpsons*. A análise revelou que os fãs desempenham um papel ativo na construção e evolução da marca, afetando diretamente as decisões criativas e a abordagem de marketing adotada ao longo dos anos. Primeiramente, a pesquisa evidenciou que a cultura de participação digital e o surgimento do “prosumer” — consumidor que também atua como produtor — reconfiguraram o relacionamento entre fãs e criadores. Em *The Simpsons*, isso se manifestou pela adaptação de personagens, referências culturais e temáticas que refletem as demandas sociais emergentes, como a representatividade e a diversidade. O caso de Apu, por exemplo, revelou a necessidade de ajustar a série às sensibilidades atuais, indicando que as críticas e preocupações dos fãs e da audiência em geral influenciam decisões de representações étnicas e culturais.

Além disso, o engajamento dos fãs ampliou o valor da marca e contribuiu para o fortalecimento de *The Simpsons* no mercado, reforçando seu status de ícone cultural. A série não só manteve relevância através das adaptações narrativas, mas também explorou o potencial transmídia da marca, expandindo-se para áreas como jogos, produtos licenciados e espaços temáticos. Essas iniciativas atendem à demanda dos fãs por uma experiência imersiva e mostram que a série transcende o formato televisivo, oferecendo uma interação contínua e multissensorial com o público. Produtos como a cerveja Duff e a criação do parque temático de Springfield evidenciam uma estratégia de marketing que responde diretamente ao desejo dos fãs por conexão e engajamento contínuos. Por fim, a pesquisa destacou os desafios e limites de tal engajamento, especialmente ao equilibrar a autonomia criativa dos fãs com a identidade e os valores fundamentais da marca. A série precisou se adaptar sem perder a essência satírica que a define, e, ao mesmo tempo, gerenciar as demandas dos fãs que esperam ver na série um reflexo de suas próprias realidades e perspectivas. Esses desafios demonstram a complexidade da Cultura de Fãs, que, embora beneficie a marca ao solidificar sua base de espectadores leais, também exige uma sensibilidade constante aos contextos socioculturais e ao impacto de cada decisão criativa.

Esta pesquisa, centrada em analisar a influência da Cultura de Fãs nas narrativas e estratégias de marketing na franquia de animação *The Simpsons*, enfrentou algumas limitações que restringem a abrangência de suas conclusões. A primeira e mais notável limitação foi a falta de interação direta com os fãs e com os criadores e produtores da série. Por ser uma pesquisa baseada em fontes secundárias, como análises de episódios, transcrições de entrevistas, discussões em fóruns e conteúdo público em redes sociais, não foi possível

explorar com profundidade as percepções e experiências subjetivas de fãs ativos. A interação direta, seja por meio de entrevistas ou questionários, poderia ter revelado motivações emocionais e detalhado aspectos do engajamento dos fãs que não emergem completamente por meio da análise indireta. Outra limitação significativa é o foco restrito nas plataformas e mídias digitais principais. O estudo investigou grandes plataformas como Reddit, Twitter, e fóruns dedicados, mas não abordou plenamente a pluralidade de mídias e subcomunidades que compõem o fandom de The Simpsons em diferentes contextos culturais e etários. A Cultura de Fãs é dinâmica e engloba um amplo espectro de práticas em plataformas diversificadas e nichos específicos, cada um com suas nuances e motivações. Um mapeamento mais extenso poderia revelar diferenças no engajamento e nas expectativas entre subgrupos de fãs, como os mais antigos em comparação com as novas gerações.

Contudo, o estudo não investigou diretamente o impacto das novas adaptações de The Simpsons nas práticas de consumo de diferentes gerações. Embora o trabalho tenha abordado a questão da evolução da série para se manter relevante, as percepções e o impacto emocional em audiências de diferentes faixas etárias e contextos culturais não foram totalmente explorados. Essas lacunas sugerem que, para uma compreensão completa da Cultura de Fãs e da influência do fandom nas estratégias de marketing, a incorporação de dados de diferentes gerações e regiões seria uma adição significativa. Para aprofundar o entendimento da Cultura de Fãs e seu papel nas estratégias de marketing de franquias de animação, estudos futuros poderiam ampliar este tema em algumas direções específicas. Em primeiro lugar, recomenda-se a realização de entrevistas ou grupos focais com fãs ativos de diferentes idades e contextos culturais, o que poderia esclarecer as percepções, motivações e expectativas que variam entre gerações de fãs. Ao analisar o impacto emocional e pessoal da série, como as adaptações afetam a recepção do público e qual o papel da nostalgia nas respostas dos fãs mais antigos, seria possível delinear uma visão mais detalhada da relação entre os consumidores e a série.

Uma outra direção para pesquisas futuras seria a exploração comparativa entre The Simpsons e outras grandes franquias de animação de humor, como South Park ou Family Guy. Essas séries compartilham elementos satíricos e atraem públicos semelhantes, mas possuem abordagens distintas quanto ao humor, à representação de temas controversos e à gestão de fãs. Um estudo comparativo poderia fornecer insights sobre práticas eficazes de engajamento e limites éticos na interação entre criadores e fãs, além de destacar como cada franquia lida

com as pressões e expectativas da Cultura de Fãs. Por fim, sugere-se que estudos futuros considerem a análise do papel das redes sociais e da convergência midiática como canais de expressão e amplificação das opiniões dos fãs. Com o crescente uso de redes como TikTok e Instagram, essas plataformas se tornaram canais centrais para o compartilhamento de conteúdo, como memes, remixes de cenas, e análises críticas dos episódios.

REFERÊNCIAS

- AL JEAN.** Entrevista sobre o futuro de The Simpsons. *Infobae*, 2022. Disponível em: <https://www.infobae.com/br/2022/04/25/al-jean-produtor-de-os-simpsons-em-entrevista-a-infobae- agora-temos-que-fazer-previsoes-felizes/>. Acesso em: 13 jul. 2024.
- AMARAL, Inês.** Participação em rede: do utilizador ao “consumidor 2.0” e ao “prosumer”. *Comunicação e Sociedade*, v. 22, p. 131-147, 2012.
- ANDRADE, Nathalia Louro; BASTOS, Marcella Tessarolo.** A Cultura de fãs e consumo colaborativo: nova tendência na indústria audiovisual. *Iniciacom*, v. 12, n. 1, 2023.
- AZARIA, Hank.** Entrevista sobre Apu e representações raciais em The Simpsons. *New York Times*, 2020. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2020/01/17/arts/television/apu-simpsons-hank-ahttps://www.nytimes.com/2020/01/17/arts/television/apu-simpsons-hank-azaria.html>. Acesso em: 25 abr. 2024.
- AZARIA, Hank.** Entrevista sobre o papel de Apu em The Simpsons. *BBC*, 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/curiosidades-49212172>. Acesso em: 25 abr. 2024.
- BEERCAST.** DuffBeer: como a cerveja de The Simpsons virou realidade. *Beercast*, 2019. Disponível em: <https://beercast.com.br/leia-o-rotulo-duff-oh-yeah/>. Acesso em: 29 abr. 2024.
- BOOTH, Paul.** A produção de listas de fãs: memória, influência e debate no “evento” do fandom. *MATRIZES*, v. 9, n. 2, p. 85-108, 2015.
- CARDANO, Mario.** Manual de pesquisa qualitativa. A contribuição da teoria da argumentação. Tradução: Elisabeth da Rosa Conill. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2017.
- CARDOSO, Márcia Regina Gonçalves; DE OLIVEIRA, Guilherme Saramago; GHELLI, Kelma Gomes Mendonça.** Análise de conteúdo: uma metodologia de pesquisa qualitativa. *Cadernos da FUCAMP*, v. 20, n. 43, 2021.
- CARLOS, Giovana Santana.** “Que coisa é essa?”: reflexões sobre a materialidade nos estudos sobre fãs e objetos. *Vozes e Diálogo*, v. 15, n. 01, 2016.
- CARVALHO, Sandra Margarida Mota de.** Fandom e marketing online: atitudes face aos conteúdos relacionados com filmes e séries nas redes sociais. 2022. Tese de Doutorado.
- CASTRO, Gisela GS.** Ter clientes é para os fracos: o que importa é ter fãs. São Paulo: ESPM, 2013.
- Cultura da Conexão de Henry Jenkins, Joshua Green, Sam Ford;** traduzido por Patrícia Arnaud. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2022.
- DE ALMEIDA, Dr. Alessandro.** Os Simpsons e o Brasil: dimensões de poder e sociabilidades simpsonizadas. *História e Cultura*, v. 1, n. 1, p. 147-154, 2012.

DE BARROS, Ana Cirne Paes; PATRIOTA, Karla Regina Macena Pereira. Consumo colaborativo: perspectivas, olhares e abordagens para um conceito em construção. *Signos do Consumo*, v. 9, n. 2, p. 4-15, 2017.

DE BARROS, Mayara Fidalgo Pereira. Fandom e Criatividade: formas de produção e consumo dentro do fandom.

DE FREITAS, Cássio Stedetn; PETRINI, Maira; SILVEIRA, Lisilene Mello. Desvendando o consumo colaborativo: Uma proposta de tipologia. In: 9º CLAV - Congresso Latino-Americano de Varejo, 2016, Brasil. 2016.

DE FREITAS, GrayciKelli Alexandre; DE SOUZA LEÃO, André Luiz Maranhão. Concepção da netnografia da comunicação: uma abordagem aplicada à pesquisa em administração. *Gestão. Org.*, v. 10, n. 2, p. 211-228, 2012.

DE OLIVEIRA, Camila Fernandes. A cultura de fãs e fandom como perspectiva das práticas participativas de consumo de mídia. 2015.

DOS SANTOS-VALDECI, Valdeci Ferreira; GONÇALVES, Carlos Alberto. Netnografia: Origem, Fundamentos, Evolução e Desenvolvimentos Axiológicos e Metodológicos na Pesquisa em Administração.

FECHINE, Yvana; LIMA, Cecília Almeida Rodrigues. O papel do fã no texto transmídia: uma abordagem a partir da televisão. *MATRIZES*, v. 13, n. 2, p. 113-130, 2019.

FIGUEIREDO, D.; SOUZA, A.C.A; CABRAL, F. A R. Pensando o fã e o consumo: dinâmicas e relações em franquias transmidiáticas. *Signos do Consumo*, São Paulo, v.11, n.2, p. 40-51, jul./dez. 2019.

(continuação na próxima mensagem devido ao limite de caracteres)

FOX ENTERTAINMENT. Página oficial de The Simpsons. *Fox.com*. Disponível em: <https://www.fox.com/the-simpsons/>. Acesso em: 25 abr. 2024.

FRAADE-BLANAR, Zoe; GLAZER, Aaron M. Superfandom: Como nossas obsessões estão mudando o que compramos e quem somos. São Paulo: Anfiteatro, 2018.

GAUCHA ZH. Discussão sobre Apu e questões raciais em The Simpsons. *Gauchazh*, 2017. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/noticia/2017/11/voce-gosta-de-os-simpsons-entao-vamos-falar-do-apu-cja8e4k9y002n01mxln74lcwg.html>. Acesso em: 27 abr. 2024.

GÖTZ, Hanna Betina; ROMANELLI, Sergio. Tall Tales: Os Simpsons desconstruindo o mito americano. *Cadernos de Tradução*, v. 1, n. 33, p. 305-323, 2014.

GRECO, Clarice. O fandom como objeto e os objetos do fandom. *MATRIZES*, v. 9, n. 1, p. 147-163, 2015.

GROENING, Matt. Entrevista sobre as críticas ao personagem Apu. *Omelete*, 2018. Disponível em: <https://www.omelete.com.br/the-simpsons/os-simpsons-matt-groening-fala-sobre-controversia-com-apu-as-pessoas-gostam-de-fingir-que-estao-ofendidas>. Acesso em: 27 abr. 2024.

GROENING, Matt. The Simpsons: The complete guide to our favorite family. HarperPerennial, 1997.

HERSKOVIC, Chantal. O processo de criação e produção em Os Simpsons. *Manuscrita: Revista de Crítica Genética*, n. 14, p. 277-285, 2006.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. Cultura da Conexão. Tradução de Patrícia Arnaud. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2022.

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. 3. ed. São Paulo: Aleph, 2022.

JEAN, Al. Entrevista sobre a série The Simpsons. *Variety*, 2019. Disponível em: <https://variety.com/2019/tv/news/the-simpsons-disney-spinoff-series-1203313166/>. Acesso em: 16 mai. 2024.

KOZINETS, Robert V. Netnografia: a arma secreta dos profissionais de marketing. Como o conhecimento das mídias sociais gera inovação., 2010.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 4.0: do tradicional ao digital. São Paulo: Alta Books, 2017.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 5.0: Tecnologia para a Humanidade. 2021.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. 15. ed. São Paulo: Pearson, 2018.

MASCARENHAS, Alan; TAVARES, Olga. De Telespectadores Para Espectadores Colaborativos: o modelo narrativo na convergência e seus níveis de consumo. In: *INTERCOM-XIII CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE*, 2011.

MATT GROENING. Entrevista sobre Springfield e a DuffBeer. *Brasil Paralelo*, 2020. Disponível em: <https://www.brasilparalelo.com.br/noticias/os-simpsons-woke-nova-temporada-equilibra-dilemas-modernos-e-diversao-a-moda-original>. Acesso em: 29 abr. 2024.

MELAMEDOFF, Michael (Direção). The Problem with Apu. *truTV*, 2017. Documentário.

MENDES, Rosana Maria; MISKULIN, Rosana Giaretta Sguerra. A análise de conteúdo como uma metodologia. *Cadernos de Pesquisa*, v. 47, n. 165, p. 1044-1066, 2017.

MESQUITA, Rafael Fernandes de et al. Do espaço ao ciberespaço: sobre etnografia e netnografia. *Perspectivas em Ciência da Informação*, v. 23, n. 2, p. 134-153, 2018.

NO HOMERS CLUB. Fórum de discussão sobre The Simpsons. Disponível em: <https://nohomers.net/forums/index.php>. Acesso em: 15 mai. 2024.

NOGUEIRA, Conceição. A análise do discurso. Métodos e técnicas de avaliação: novos contributos para a prática e investigação, p. 15-48, 2001.

ORTVED, John. The Simpsons: An Uncensored, Unauthorized History. Faber and Faber, 2009.

PAIVA, Carlos; DUARTE, Diogo. Netnografia e suas Capacidades Metodológicas. In: *40º Congresso*, 2017.

PEREIRA, Alexandre André Santos; MONTEIRO, Jean C. da S. A netnografia como método de estudo do comportamento em ambientes digitais. *Anais do III Simpósio Internacional Interdisciplinar em Cultura e Sociedade*. São Luís: EDUFMA, p. 1-10, 2019.

(continuação na próxima mensagem devido ao limite de caracteres)

POLITO, Jesyka Parisio; DA SILVA, Gilton Pereira; PIMENTEL, Henrique Daniel Gomes. O Fandom como influenciador do consumo na indústria cinematográfica: Star Wars em Pernambuco.

POUPART, Jean et al. A pesquisa qualitativa. Enfoques epistemológicos e metodológicos, v. 2, 2008.

REIS, Bruno. O conteúdo em análise: teoria e práticas da análise de conteúdo. *Metodologias de investigação em Ciências Sociais*, p. 205-236, 2017.

REZENDE, Nathalia; NICOLAU, Marcos. Fã e Fandom: estudo de caso sobre as estratégias mercadológicas da série Game of Thrones. *VII Simpósio Nacional da ABCiber*. Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura. São Paulo, 2014.

ROCHA, Paula Jung; MONTARDO, Sandra Portella. Netnografia: incursões metodológicas na cibercultura. In: *E-compós*, 2005.

SHIBATA, Lucas Kim; MOIA, Roberto Padilha; CAPELLARI, Clayton Pedro. A convergência das mídias e o comportamento do consumidor na era do real-time marketing. *Revista Fatec Sebrae em Debate – Gestão, Tecnologias e Negócios*, v. 4, n. 07, p. 127-127, 2017.

SIMPSONS FOREVER. Página de fãs dedicada a The Simpsons. Disponível em: <https://www.simpsonsforever.com/>. Acesso em: 20 mai. 2024.

SIMPSONS WIKI. Página colaborativa sobre The Simpsons. Disponível em: https://simpsons.fandom.com/wiki/Simpsons_Wiki. Acesso em: 12 abr. 2024.

SOUZA, Ana Carolina Almeida. Transmídia Voraz: considerações sobre o fandom na contemporaneidade. *Vozes e Diálogo*, v. 15, n. 02, 2016.

SOUZA-LEÃO, André Luiz Maranhão de; COSTA, Flavia Zimmerle da Nobrega. Agenciados pelo desejo: O consumo produtivo dos potterheads. *Revista de Administração de Empresas*, v. 58, n. 1, p. 74-86, 2018.

THE SIMPSONS. Bart vs. Thanksgiving. Temporada 2, Episódio 7. Direção de David Silverman. Exibido em: 22 nov. 1990. Disponível em: Disney+.

THE SIMPSONS. Homer Badman. Temporada 6, Episódio 9. Direção de Jeffrey Lynch. Exibido em: 27 nov. 1994. Disponível em: Disney+.

THE SIMPSONS. Homer the Vigilante. Temporada 5, Episódio 11. Direção de Jim Reardon. Exibido em: 6 jan. 1994. Disponível em: Disney+.

THE SIMPSONS. Lisa the Vegetarian. Temporada 7, Episódio 5. Direção de Mark Kirkland. Exibido em: 15 out. 1995. Disponível em: Disney+.

THE SIMPSONS. Much Apu About Nothing. Temporada 7, Episódio 23. Direção de Susie Dieter. Exibido em: 5 maio 1996. Disponível em: Disney+.

TOLEDO, Ana Clara et al. A relação do fã e a mídia: participatividade e influência. In: *Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste*, 2013. p. 1-10.

VINEPAIR. DuffBeer: A origem da cerveja da série The Simpsons e seu lançamento no mercado. *Vinepair*, 2019. Disponível em: <https://vinepair.com/articles/duff-beer-the-simpsons-brewed-real-life/>. Acesso em: 22 ago. 2024.

XAVIER, Sergio de Souza. Comunidades virtuais: a importância da interação no aspecto da relação de consumo no ciberespaço. 2012.

YOUTUBE. Entrevista com Matt Groening sobre a criação de Springfield e Apu. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9dA61ddRk9g>. Acesso em: 23 abr. 2024.