
O INVERNO CHEGA AO NORTE: A Experiência Social Coletiva de Assistir a *Game of Thrones*¹

Ana Elvira Amaral Torres MONTEIRO²
Krisllen Mayra Morais COELHO³
Luiza Barros Pereira MOURA⁴
Matheus NERY⁵
Sarah Maria Quaresma da ROCHA⁶
Stefanny Nayane Silva Oliveira VITORIANO⁷
Monique Feio IGREJA⁸
Universidade Federal do Pará, Belém, PA

Resumo

O presente artigo aborda a questão da interação social a partir da série *Game of Thrones*. Por meio da observação da experiência coletiva de assistir ao episódio *Beyond the Wall* em um bar localizado em Belém - PA, e de entrevistas com 15 dos presentes, tem por objetivo compreender como as pessoas interagem entre si. Em uma série com uma base de fãs tão bem estabelecida no ciberespaço, como se dá a interação presencial e on-line? À luz dos conceitos de convergência, cultura de fãs (JENKINS, 2009), cibercultura (LÉVY, 1999) e emotividade da massa (SIMMEL, 2006), o resultado da observação do público antes, durante e após a exibição do episódio mostrou a importância atribuída à experiência de assistir à série presencialmente, de forma coletiva, bem como de acessar a internet em busca de conteúdos especiais sobre *Game of Thrones*.

Palavras-chave: *Game of Thrones*, Cibercultura, Internet, Interação.

Introdução

Com o advento da Internet, houve uma mudança no modo como as séries televisivas são consumidas. Antes, o telespectador assistia à sua série favorita uma vez

¹ Trabalho apresentado na DT 6 – Interfaces Comunicacionais do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 22 a 24 de maio de 2018.

² Graduanda em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Pará, e-mail: a.atm621@hotmail.com.

³ Graduanda em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Pará, e-mail: krisllenmayra2010@gmail.com.

⁴ Graduanda em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Pará, e-mail: luizabpmoura@gmail.com.

⁵ Graduando em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Pará, e-mail: nerytheus.study@gmail.com.

⁶ Graduanda em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Pará, e-mail: sarahmqr@gmail.com.

⁷ Graduanda em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Pará. Graduada em Letras - Língua Portuguesa pela Universidade do Estado do Pará, e-mail: stefannynoliveira@gmail.com.

⁸ Orientadora do trabalho. Mestra em Comunicação, Cultura e Amazônia pela Universidade Federal do Pará (UFPA). Professora do curso de Comunicação Social da UFPA, e-mail: moniredacao@gmail.com.

por semana na TV; depois, por VHS ou DVD e hoje pelos serviços de *streaming*⁹. A Internet transformou também o modo de interação entre fãs: se um indivíduo assiste a um episódio nesse exato momento, é possível conectar-se instantaneamente com outras pessoas ao fazer comentários nas redes sociais¹⁰ e participar da comunidade de fãs. A Internet trouxe uma facilidade de interação nunca antes vivenciada, fazendo com que grupos específicos conseguissem se reunir em poucos minutos a fim de trocar ideias.

Entretanto, mesmo com as redes digitais e a comunicação imediata com milhões de pessoas no ciberespaço, muitos fãs não deixam os hábitos antigos e, quando surge a oportunidade, encontram-se em locais públicos para assistir ao episódio da semana. Esse tipo de reunião tem se tornado prática comum em vários locais, onde é possível ver interações tanto pessoais quanto virtuais. É o que afirma o proprietário do estabelecimento Studio Pub (localizado em Belém - Pará), Agenor Pena de Carvalho, que começou a exibir em 2016 os episódios inéditos da sexta temporada da popular série *Game of Thrones*. Tal conduta fez com que os hábitos dos funcionários e dos clientes mudassem, visto que, antes, o bar sequer abria aos domingos, mas após reproduzir a série, consegue atingir a lotação máxima horas antes do início dos episódios neste dia.

Para uma melhor explicação do assunto proposto, ao longo do artigo foram apresentadas as teorias que baseiam a análise, pautadas nos conceitos de convergência e cultura de fãs (JENKINS, 2009), cibercultura (LÉVY, 1999) e emotividade da massa (SIMMEL, 2006). Foi feito um panorama geral da popularidade de *Game of Thrones* e das práticas de seus fãs no ciberespaço, onde seu *fandom*¹¹ é muito bem estabelecido. Considerando este fato, buscou-se observar a experiência que vários destes fãs adotam – a de assistir em conjunto – a fim de compreender como se dão suas interações em um

⁹ Forma de transmissão instantânea de dados de áudio e vídeo através de redes. Por meio do serviço, é possível assistir a filmes ou escutar música sem a necessidade de fazer *download*, o que torna mais rápido o acesso aos conteúdos online.

¹⁰ No mundo virtual, são sites e aplicativos que operam em níveis diversos — como profissional, de relacionamento, dentre outros — mas sempre permitindo o compartilhamento de informações entre pessoas e/ou empresas. Para Recuero (2009, p. 30), “as conexões em uma rede social são constituídas dos laços sociais, que, por sua vez, são formados através da interação social entre os atores”.

¹¹ Grupo de pessoas que são fãs de determinada coisa em comum, como um seriado de televisão, uma banda, artista, filme, livro e etc.

espaço físico. Pretende-se averiguar se as interações virtuais coexistem – ou competem – com aquelas ao vivo.

Para isso, foi realizada, no dia 20 de agosto de 2017, uma coleta de dados a partir de observações do público e entrevistas com indivíduos que estavam no bar Studio Pub para a exibição do episódio *Beyond the Wall*, de *Game of Thrones*, em Belém/PA. Foram entrevistados 15 espectadores, assim como o proprietário do bar, para perceber de que maneira ocorre a interação antes, durante e depois do consumo da série.

***Game of Thrones* e Cibercultura: Relações importantes**

Em 2007, o canal por assinatura HBO adquiriu os direitos da saga de literatura fantástica *As Crônicas de Gelo e Fogo*, de George R. R. Martin, e a transformou em uma série, que ganhou o nome *Game of Thrones* (ou, como os fãs chamam, GoT). Adaptada por D. B. Weiss e David Benioff, ela não segue à risca os eventos narrados nos livros, mas mantém-se fiel ao enredo principal (COSTA; JOHN; WAGNER, 2014). A série trata da disputa entre as grandes famílias do continente ficcional *Westeros* pelo seu Trono de Ferro. Entre elas, o protagonismo é dado aos *Stark*, *Lannister*, *Targaryen* e *Baratheon*, as principais daquele universo.

O primeiro episódio foi exibido em 2011, alcançando 2 milhões de espectadores somente nos Estados Unidos e garantindo lugar fixo na grade da programação da HBO (CORREIO DO ESTADO, s.d., on-line). Atualmente, a audiência aumentou de modo que o último episódio da sétima temporada, lançado em 27 de agosto de 2017, obteve 12 milhões de espectadores nos EUA em sua primeira exibição, consolidando o sucesso absoluto da série. Parte desse sucesso é devido à grande presença e ação dos fãs no ciberespaço, em um movimento cheio de nuances que confere a *Game of Thrones* um *status* de grande influenciador da cultura pop¹² atual.

Para André Lemos (2009), no processo cultural da cibercultura, o antigo “receptor” passa a produzir e emitir sua própria informação, de forma livre, multimodal

¹² “A cultura (arte) pop é popular (curta, projetada para um público em massa), transiente, (de curto prazo), [...], produzido em massa, jovem (seu público principal), espirituosa, sexy, genial, glamourosa, um grande negócio” (HAMILTON *apud* ROSELT, 1999, p. 118, tradução livre).

e planetária. Por meio do consumo e compartilhamento desse conteúdo nas redes telemáticas, estabelecem-se novas formas de se relacionar com o outro, em rede e sem fronteiras, configurando uma inteligência coletiva¹³. Conseqüentemente, há uma reconfiguração sociocultural a partir de novas práticas produtivas e recombinaórias das redes de sociabilidade.

O princípio da convergência de Henry Jenkins (2009) também vem atrelado à crescente cibercultura, sendo este o fluxo de conteúdos por múltiplos suportes midiáticos, com mercados que cooperam e públicos que migram de um canal para o outro para buscar o entretenimento que desejam. Na medida em que os consumidores procuram informações e interagem em conteúdos midiáticos dispersos, vão promovendo uma cultura participativa, em que se acaba com a ideia de um público passivo.

A Internet, por meio deste princípio, se tornou uma ferramenta importante para a divulgação e expansão das séries, que ganharam novas formas de distribuição e consumo. A cibercultura ainda proporcionou a interação entre os telespectadores, de modo que a distância deixou de ser um problema para as pessoas comentarem sobre suas séries favoritas, facilitando a comunicação entre fãs. Para Lévy (1999):

A cibercultura aponta para uma civilização da telepresença generalizada. Para além de uma física da comunicação, a interconexão constitui a humanidade em um contínuo sem fronteiras [...], a interconexão tece um universal por contato (p. 127).

O período em que *Game of Thrones* começou a ser exibido na TV americana (ano de 2011) foi propício para sua popularidade, já que coincidiu com o crescimento da Internet e da cibercultura. Páginas on-line especializadas na série foram criadas por fãs, expandindo o conhecimento sobre GoT a outras pessoas que não a conheciam.

A fama do seriado passou a influenciar diretamente a vida dos fãs. Criação de conteúdos extras, elaboração de teorias, entre outros assuntos fizeram com que a interação entre os espectadores se expandisse. Essa interação, promovida pelo ciberespaço, possibilita uma reconfiguração no modo de sociabilidade dos fãs, que pode ser diferente dependendo de cada um. É como afirma Jenkins (2009):

¹³ Princípio onde as inteligências individuais são somadas e compartilhadas por toda a sociedade, potencializadas com o advento de novas tecnologias de comunicação, como a Internet (LEVY, 1999).

[...] poucos assistem à televisão em total silêncio e isolamento. Para quase todos nós, a televisão fornece material para a chamada conversa na hora do cafezinho. E, para um número crescente de pessoas, a hora do cafezinho tornou-se digital. Fóruns on-line oferecem uma oportunidade para os participantes compartilharem conhecimento e opiniões (p. 55-56).

Ainda segundo Jenkins (2009, p. 27-28), “[...] a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos”. Tanto para GoT como outras séries, seus fãs utilizam o ciberespaço para interagir e construir redes de afetividade referentes a elas, produzindo, compartilhando e discutindo conteúdos sobre seu interesse em comum. No Brasil, a página no *Facebook Game of Thrones BR*¹⁴ é um dos principais locais de debate para os fãs, onde as discussões se iniciam apenas momentos após o fim do episódio. Outras como *Winter is Coming BR*¹⁵, *Melisandre da Depressão*¹⁶ e *Game of Thrones Memes*¹⁷ postam conteúdos de comédia em grande quantidade minutos após o episódio acabar. Mas as interações no ciberespaço não se limitam apenas ao período após o final do capítulo. Mesmo durante a transmissão, alguns fãs aproveitam para compartilhar suas opiniões simultaneamente, de diferentes formas, principalmente nas redes digitais.

Físico vs. virtual: interações sociais na era digital

O meio virtual faz parte da vida dos indivíduos, sendo uma forma eficaz de conectá-los, mesmo à distância. Porém, não se deve atribuir menor relevância às experiências coletivas em ambiente físico: elas continuam importantes e capazes de reunir muitas pessoas. O real não é trocado pelo virtual e, segundo Lévy (1999):

[...] as relações on-line não excluem as emoções fortes. Além disso, nem a responsabilidade individual, nem a opinião pública e seu julgamento desaparecem no ciberespaço. Enfim, é raro que a comunicação por meio de redes de computadores substitua pura e simplesmente os encontros físicos: na maior parte do tempo, é um complemento ou um adicional (p. 128).

¹⁴ Página disponível em: <<https://www.facebook.com/gotbr/>>. Acesso em: 21 ago. 2017.

¹⁵ Página disponível em: <<http://winteriscomingbr.blogspot.com/>>. Acesso em: 21 ago. 2017.

¹⁶ Página disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/melisandredadepressao/>>. Acesso em: 21 ago. 2017.

¹⁷ Página disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/GoTMemes/>>. Acesso em: 21 ago. 2017.

Jenkins (2009) reitera essa informação, afirmando que as interações sociais estão migrando para o meio virtual. Apesar disso, algumas dessas experiências passam a coexistir no mundo real e no virtual, como a tradicional reunião física dos brasileiros nas tardes de domingo para acompanhar as partidas de futebol e os comentários virtuais durante esses jogos. Para Saccomori (2013, on-line), “no momento em que todos estão falando sobre a mesma coisa, a experiência do espectador fica mais complexa” e, por isso, percebe-se tal fenômeno de sociabilidade ocorrendo pelo mundo todo.

Simmel (2006) descreve um fenômeno sociológico o qual chama de “nervosismo coletivo”, uma sensibilidade própria das grandes massas em que os sentimentos se somam entre todos e dentro de cada indivíduo, gerando uma excitação que não se explica nem pela coisa nem pelo indivíduo e ocorre, provavelmente, devido a uma influência mútua entre os mesmos.

Os laços de associação entre homens são feitos e desfeitos de forma contínua, constituindo uma fluidez que não é estabelecida no formato de verdadeiras organizações. Dessa forma, todos os tipos de relações que unem pessoa a pessoa, chamadas pelo autor de supraindividuais, interligam-as, mesmo sendo momentâneas, inconscientes ou inconsequentes. [...] Assim, as pessoas exercem e sofrem constantemente influências mútuas (SIMMEL *apud* IGREJA, 2016, p. 80).

Um exemplo próximo da realidade paraense deste fenômeno são as exibições de GoT no bar *Studio Pub*, em Belém. Angenor Pena de Carvalho, proprietário, já havia tentado exibir em seu bar outra série de sucesso, mas não obteve o êxito desejado. Então, no ano de 2016, houve mais uma tentativa com o último episódio da sexta temporada de *Game of Thrones*, e esta obteve resultados que superaram as expectativas. A partir desse evento, decidiu-se pela transmissão de toda a sétima temporada, com a preparação do bar para receber os clientes. Quando questionado sobre o investimento e retorno que exibir GoT trazia, o dono salientou que domingo era um dia em que o bar não abria, e, agora, para atender à demanda de pessoas, ele não só funciona como atinge lotação total, cerca de 400 pessoas, todos os dias em que há a exibição de episódio.

Metodologia

Foi feita uma pesquisa qualitativa “[...] através dos estudos das ações sociais e individuais. Realizando um exame intensivo dos dados, tanto em amplitude quanto em profundidade” (MARTINS, 2004, p. 292), com o objetivo de compreender de que forma as pessoas interagem ao assistir à série de TV *Game of Thrones* num ambiente coletivo, tanto em relação às pessoas ao redor no espaço físico quanto ao contato no ciberespaço.

Primeiramente, o artigo se pautou em uma pesquisa bibliográfica a respeito das teorias que baseiam a análise, na qual se destacam os conceitos de convergência e cultura de fãs (JENKINS, 2009), cibercultura (LÉVY, 1999) e emotividade das massas (SIMMEL, 2006). Em seguida, fez-se uma análise das entrevistas com 15 indivíduos que se encontravam no bar Studio Pub no dia 20 de agosto de 2017 para assistir ao episódio *Beyond the Wall*, da série *Game of Thrones*, bem como uma descrição dos eventos ocorridos no bar antes, durante e após a transmissão do capítulo.

As entrevistas foram realizadas por meio de um questionário semiestruturado, no qual estavam presentes as seguintes perguntas: 1- Nome/Idade; 2- Há quanto tempo você assiste a série?; 3- Você prefere assistir à série aqui (no StudioPub) ou em casa? Por quê?; 4- Você costuma interagir na internet comentando sobre a série?; 5- Você participa de algum grupo nas redes sociais exclusivo para falar sobre *Game of Thrones*?; 6- Assistir a *Game of Thrones* pra você é diferente de assistir outras séries?; 7- Você acha que o modo de assistir séries, como se assiste hoje, lhe deixa mais conectado com outras pessoas?; 8- Você já criou laços afetivos por conta da série? Em algumas entrevistas, outras perguntas surgiam no decorrer da conversa, dependendo das respostas dos entrevistados, porém sempre girando em torno desta base de questões.

Análise

Foi realizada uma visita ao bar Studio Pub, no dia 20 de agosto de 2017, para acompanhar a transmissão do sexto episódio da sétima temporada de *Game of Thrones*, *Beyond the Wall* – um episódio que, curiosamente, já havia vazado antes na Internet num ataque de *hackers* à HBO. O episódio foi propício para a execução da pesquisa por ter sido particularmente repleto de ação e de pontos importantes para a trama da série, o que poderia suscitar mais reações do público. Além disso, sendo um episódio já

propagado na *web*, as pessoas que estavam ali poderiam ter aguardado o dia certo para assistir ao episódio no Studio Pub; ou poderiam já tê-lo assistido, mas optaram mesmo assim por sair de casa para vê-lo novamente no bar. Seja qual fosse o caso, demonstraria-se um certo apreço pela experiência no ambiente diferenciado.

O bar estava lotado em pleno domingo, uma hora e meia antes do episódio começar. A transmissão ocorreu em 4 áreas diferentes, totalmente ocupadas – um espaço fechado e isolado, escuro e com um grande telão, lembrando um cinema; uma área interna, pequena e iluminada, com uma tela grande e poucas mesas; o espaço anexo ao Studio Pub, chamado Studio Garden, onde na grande área do jardim foram postas muitas mesas e um telão; e uma área externa ao bar, com várias mesas e telas pequenas, mas visíveis. Nesta, muitas pessoas improvisaram para assistir ao episódio: alguns apoiavam-se nos carros ou nas árvores, e outros faziam suas bicicletas de bancos.

Nas mesas, as pessoas se reuniam em grupos grandes ou em pares – não havia ninguém à vista sentado sozinho. Muitos se dividiam entre conversar com seus grupos ou, de vez em quando, mexer nos celulares – quanto maiores os grupos, menos pessoas havia com os olhos grudados no aparelho. No momento em que a transmissão começou, fez-se silêncio. Por menor que a tela fosse, todas as atenções eram voltadas para o mesmo ponto: a televisão. As conversas reduziram-se a murmúrios, comentários ou simples exclamações com a pessoa ao lado sobre a última cena. Os celulares foram, majoritariamente, esquecidos (salvo pouquíssimas exceções). Em cenas cômicas, de ação, ou em que grandes revelações eram feitas, todos vibravam, caindo em risadas ou gritando de emoção. Esta última cena contempla o que Simmel (2006) afirma:

[...] qualquer pessoa que tenha pretendido agir sobre as massas sempre conseguiu fazer isso apelando para os sentimentos, e muito raramente lançando mão da discussão teórica articulada. E isso vale sobretudo para massas aglomeradas dentro de um espaço determinado. Aqui há algo que se poderia chamar de nervosismo coletivo: uma sensibilidade, uma paixão, uma excentricidade frequentemente próprias das grandes massas, raramente demonstradas em qualquer um de seus integrantes considerado isoladamente (p. 52).

Ao final da transmissão do episódio (e do *teaser* de 30 segundos para o capítulo seguinte), o bar logo esvaziou pela metade. As pessoas se retiraram rápido, mesmo

aquelas em grupos grandes – uma reação compreensível devido ao horário – por volta das 23:30 de um domingo. As que ficaram, porém, conversavam com os amigos sobre o episódio, as cenas preferidas e as teorias para o que viria a seguir. Várias, em algum momento, retiravam rapidamente o celular para checar as reações ao episódio nos grupos do *Facebook* e *Whatsapp*, às vezes compartilhando com os colegas da mesa os *memes*¹⁸ que circularam na *web* minutos após a transmissão acabar. As interações nas mesas, porém, não cessaram.

O conglomerado no Studio Pub era bastante diverso. Alguns acompanhavam a série há bastante tempo, outros eram fãs recentes. Alguns vinham ao bar pela primeira vez, acompanhando amigos que já eram familiarizados com a experiência. 15 clientes do bar foram entrevistados¹⁹ – todos, unanimemente, ali para ver a série: Lucas (23), Arthur (20) e Iury (21); Larissa (31) e Gabrielle (31); Rebecca (21); Matheus (21); Gabriel (22); Dandara (20); Alexandre (26); Louise (20), Laís (25) e Lidiane (25); Estevão (19) e Davi (20). Alguns foram entrevistados juntos, diretamente em suas mesas; outros deram seus depoimentos a sós. Os entrevistados foram perguntados, principalmente, sobre os motivos de terem saído de suas casas para assistir ao episódio no bar, seu engajamento no ciberespaço em relação a *Game of Thrones*, suas experiências assistindo a outras séries e as possíveis conexões estabelecidas com outras pessoas a partir desse gosto em comum.

As respostas foram variadas, porém um aspecto foi consensual: assistir a *Game of Thrones* agrega pessoas e vem ganhando *status* de evento. Muitas expressaram a preferência por ver a série em coletividade sempre que possível, reunindo-se com amigos em lugares onde haja assinatura de HBO para vibrarem, conversarem e criarem teorias juntos. O bar seria um ambiente propício para sair da rotina, descontrair e se divertir. As amigas Larissa (31) e Gabrielle (31) foram as únicas que afirmaram não interagir nas redes digitais sobre a série – em suas palavras, “não precisa ser fã obcecada” –, mas aproveitam juntas o momento todo domingo para sair do cotidiano de

¹⁸ O termo é utilizado no ciberespaço, referindo-se ao fenômeno de "viralização" de uma informação, ou seja, qualquer vídeo, imagem, frase, ideia, música e etc, que se espalhe entre vários usuários rapidamente, alcançando popularidade.

¹⁹ Os entrevistados foram referenciados apenas com o primeiro nome, de modo a preservar sua identidade.

casa e trabalho, se reunir num ambiente descontraído e assistir a um programa que gostam.

Vários também afirmaram serem obrigados a sair de casa para ver *Game of Thrones* por não serem assinantes do canal HBO. Mas, de qualquer forma, todos declararam que gostam de assistir à série com outras pessoas, sempre entre amigos. Gabriel (22), por exemplo, declarou que prefere assistir no Studio Pub por conta da interação e da oportunidade para beber e fazer outras coisas. A vantagem de estar no bar seria a de se inserir num ambiente contagiante, onde muitas pessoas compartilhavam as mesmas emoções que ele, tal como Simmel (2006) explica:

Inúmeros casos ensinam que a intensificação do grau emocional — como se o número daqueles que estão fisicamente próximos fosse em certa medida o multiplicador da potência do sentimento portado pelo indivíduo. Por centenas de vezes, no teatro ou em reuniões, todos nós gargalhamos de piadas que, em um quarto, não teriam a menor graça. [...] Isso apenas mostra de maneira ainda mais clara que o arrebatamento nos coloca para além dos padrões de valor que a consciência individual, com eficácia prática ou não, já desenvolvera (p. 53-54).

Há também aqueles que, mesmo podendo assistir ao episódio em casa, vão ao Studio Pub, tal como um dos entrevistados, Alexandre (26). Ele vê *Games of Thrones* desde o lançamento, em 2011, e aquela era sua terceira vez no bar. Segundo ele, o ambiente é melhor. Curiosamente, Alexandre estava acompanhado de um amigo que sequer assistia à série. Observou-se que este amigo passou a transmissão do episódio dividido entre mexer no celular e prestar atenção à tela da TV nas cenas de clímax.

As amigas Louise (20), Laís (25) e Lidiane (25) afirmaram já terem ido anteriormente ao estabelecimento para assistir à série. Quando perguntadas sobre o diferencial de assistir ao episódio no bar, afirmaram:

É mais legal, tu tá com a galera que gosta, que gosta de debater, conversar sobre a série, saber as teorias, tem treta, a gente gosta de gritar, fazer emoção. A galera entende a tua loucura [...]. É diferente, por exemplo, quando eu assisto na minha casa sozinha, porque só eu assisto lá, meu irmão não vê. Aí, por exemplo, quando vi o episódio que vazou (o quarto episódio da sétima temporada, *The Spoils of War*, que também circulou na Internet antes de sua transmissão oficial), fiquei pirando no final, gritando pro meu irmão ‘olha só!’, e ele nem aí. Poder assistir num lugar em que tá todo mundo no mesmo sentimento que tu é muito legal. É muito boa a conexão com o outro.

Já Matheus (20) afirmou que o episódio foi uma oportunidade de reunir com velhos amigos, mas que também queria a experiência em conjunto para aumentar a emoção: “Vim por conta da interação com os amigos que queriam e vinham *pra cá* assistir, tinha muito tempo que eu não saía com eles. E também pela emoção dos últimos episódios, que só me deixou com mais vontade de assistir o novo”.

O entrevistado David (20) ia ao bar pela segunda vez e levava o amigo Estevão (19), também fã da série, para assistir junto. Ambos expressaram hesitação inicial em ver o episódio em conjunto, preocupados que as reações e conversas paralelas do público atrapalhassem a concentração. Porém, relataram terem gostado da experiência, a qual David comparou a estar no cinema. Para ele, a diferença entre ver em casa a sós e ver em público é o *feedback*: “Ao vivo, com amigos na hora, tu vês a pessoa reagindo e já sente uma empatia imediata”.

A empatia citada pelo entrevistado, gerada ao compartilharmos referências em comum com outras pessoas, é possível ser relacionada com o que Simmel descreve como semelhança, tida como impulsionadora de relações sociais:

Acima de tudo o significado prático do ser humano é determinado por meio da semelhança e da diferença. Seja como fato ou como tendência, a semelhança com os outros não tem menos importância que a diferença com relação aos demais; semelhança e diferença são, de múltiplas maneiras, os grandes princípios de todo desenvolvimento externo e interno (2006, p. 45).

Quando perguntado se, para David, a experiência de assistir a *Game of Thrones* era diferente se comparada a assistir a outras séries, ele respondeu: “Com certeza. É uma série muito mais emocionante de assistir com outras pessoas e acaba sendo um evento. Muito mais do que assistir uma série normalmente que tu assistes na tua intimidade. *Game of Thrones* não. É um fenômeno. É diferente”. Para o participante Estevão, o mesmo furor geral só foi atingido no final da novela da Rede Globo, Avenida Brasil, em 2015.

Essas interações constituem o que Wautier (2003, p. 188) chama de experiência social, que é “[...] o trabalho pelo qual o indivíduo pode construir uma identidade social, quando articula as diversas lógicas de ação nas quais está engajado”. O modo de reunião das pessoas é uma maneira de construir o mundo, ao mesmo tempo subjetiva (é uma

representação do mundo vivido, individual e coletiva) e cognitiva (é uma construção crítica do real, um trabalho reflexivo dos indivíduos que julgam sua experiência e a redefinem) (WAUTIER, 2003, p. 181).

Muitos entrevistados destacaram *Game of Thrones* como a única série atual que suscita tamanhas reações, ressaltando a qualidade da produção e o teor da história, bem como a enorme popularidade on-line, que cria expectativa. Alguns, como Rebecca (21), também atribuíram tais reações ao fato de que deve-se esperar todo domingo para ver o episódio, prática hoje um tanto rara graças a serviços de *streaming* como a *Netflix*²⁰, que libera séries populares com todos os episódios disponíveis. Assim, por mais que muitas pessoas gostem da mesma série, não há comoção como acontece com *Game of Thrones*: a grande reunião de fãs, ao mesmo tempo, assistindo e reagindo. Simmel (2006) afirma que, em razão da união de todos os membros de uma comunidade em um corpo, frequentemente todos partilham desse estado de comoção, de modo tal que uma aparição enriquecedora e arrebatadora arrasta consigo muitas pessoas para o grupo.

Os amigos Lucas (23), Arthur (20) e Iury (21) têm se reunido sempre nos últimos episódios da série, em casas de vários amigos, mas estavam pela primeira vez no Studio Pub. Alegaram que a série era uma boa maneira de criar novas amizades:

A gente curte outras séries, mas na maioria tu *fica* isolado, não tem muita gente com quem conversar sobre ela. Já GoT é uma mania, ela reúne as pessoas. [...] A gente se conecta mais com outras pessoas, porque GoT é sempre um assunto em comum pra conhecer os outros.

Segundo eles, nos círculos internos, a série é sempre motivo de festa e de debates. Esse fator foi compartilhado por todos os outros entrevistados. Apesar disso, Lucas, Arthur e Iury, assim como os outros (salvo Larissa e Gabrielle), consideraram a interação no ciberespaço fundamental para a experiência completa de assistir a *Game of Thrones*. Segundo eles, em todo final de episódio (jamais durante), checam o *Facebook* e o *Whatsapp* para ver os destaques, reações, teorias e *memes* que outros fãs ao redor do mundo estão compartilhando na Internet. Vale ressaltar, porém, que não houve essa

²⁰ Um dos maiores serviços de *streaming* do mundo, a Netflix disponibiliza a seus assinantes um catálogo online de filmes, séries, desenhos e outros programas.

reação imediata na experiência no bar; nos primeiros minutos, eles preferiram comentar com os colegas na mesa.

Os três rapazes afirmaram gostar de curtir e comentar nas postagens da Internet e compartilhá-las com os amigos, mas não costumam entrar em fóruns especializados da série ou em grupos temáticos. O nível de envolvimento com os conteúdos das redes digitais variou entre os entrevistados. Alguns fãs mais novos, como Rebecca e Matheus (que haviam começado a assistir à série apenas um mês antes), limitam-se a trocar informações casualmente com os amigos no *Whatsapp*, às vezes no *Facebook*. Já outros mais antigos, como Alexandre, Gabriel, Estevão e David, gostam de navegar pela rede em busca de conteúdos especiais sobre *Game of Thrones*, participando ativamente de canais e grupos especializados, criando teorias e até mesmo conferindo *spoilers* em comunhão com outros fãs (tanto a nível municipal quanto nacional, ou mundial). Muitas vezes, acabavam conhecendo novas pessoas e criando amizades on-line. Por meio da interconexão, esses fãs participam de comunidades virtuais, o segundo princípio da cibercultura, que segundo Lévy (1999, p. 127), “[...] é construída sobre as afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou de troca, tudo isso independentemente das proximidades geográficas e das filiações institucionais”.

Porém, como se viu, não foi dada muita atenção aos celulares por parte de quem permaneceu no bar – havia pessoas o suficiente ali com quem conversar sobre o assunto. Quem checava o celular o fazia por pouco tempo, e quando via alguma postagem nova, logo mostrava aos outros colegas para que todos pudessem conferir.

Louise, Laís e Lidiane opinaram sobre a diferença entre interagir com o outro on-line ou pessoalmente:

É muito mais empolgante pessoalmente, porque na Internet a gente tem preguiça. Porque é muita coisa, a gente tem que digitar, mandar áudio interminável, textão [...]. Eu, por exemplo, quando *tô* empolgada, começo falando baixo e aí vou alterando, alterando a minha voz e, quando eu vejo, já *tô* quase batendo na pessoa [...] Pessoalmente, tem como resolver caso tenha alguma crítica. Tu tens como ver a opinião real da pessoa. Ela não pode apagar, editar, como no *Facebook*, por exemplo.

Dandara (20) acompanha GoT há 3 anos. Não tem HBO em casa e a assiste sempre na casa de amigos. Quando possível, procura interagir no ciberespaço a respeito da série. Para ela, é bom o fato de a série ser transmitida no Brasil em tempo real aos outros países, pois possibilita a interação a nível mundial, o que contribuiu para o aumento da popularidade do programa, além de se tornar um assunto comum nas rodas de amigos e um meio de conhecer outras pessoas. Ela, diferentemente de todos os outros entrevistados, que preferiram aguardar a transmissão oficial, já havia assistido ao episódio quando este vazou *online*. Mesmo assim, foi assisti-lo novamente: fora de casa, em um bar, rodeada de amigos e fãs como ela. O motivo, ela declarou entre risos, foi: “Porque *Game of Thrones* é *Game of Thrones*”.

Considerações Finais

As entrevistas feitas, relacionadas às teorias abordadas neste artigo, permitiram compreender como as formas de interação são pautadas, por meio da experiência social de assistir a *Game of Thrones*. Foi possível perceber que, mesmo com o avanço da cibercultura – cada vez mais intrínseca à rotina das pessoas – as experiências presenciais continuam sendo importantes para a sociedade. A experiência virtual e a física não se anulam: elas apenas passam a coexistir e se complementam.

Explorou-se as vertentes da cultura da convergência na comunidade de *Game of Thrones*, baseado nos levantamentos de Jenkins (2009), e evidenciou-se que a interação no ciberespaço em relação à série envolve os fãs nesta mitologia ficcional. Enquanto no mundo físico, a série pauta conversas e gera laços afetivos; no virtual, por meio da inteligência coletiva (LÉVY, 1999), essa rede de afetos também é criada e passa a coabitar as relações humanas, quebrando o senso comum de que a internet acabaria com as relações interpessoais.

Percebeu-se, portanto, que os produtos de ficção seriada têm autoridade para influenciar o dia a dia de seus espectadores e que, além disso, podem criar laços de sociabilidade entre as pessoas. Durante a pesquisa, constatou-se que, para os entrevistados, não existia a possibilidade de ficar sozinho assistindo à série, devido à importância que atribuíram aos sentimentos compartilhados em conjunto - a cada cena

cômica ou impactante, todas as pessoas presentes no local uniam-se para vaiar, gritar e se emocionarem juntas. Assim, aquele público, naquele momento, participava de uma experiência coletiva única, com pessoas que eram seus semelhantes.

Referências

CORREIO DO ESTADO. '**Game of Thrones**' bate recorde de audiência em episódio de reestreia. Disponível em: <<https://goo.gl/ohZMn7>>. Acesso em: 22 ago. 2017.

COSTA, F.; JOHN, V. M.; WAGNER, L. H. Circulação e consumo de Game of Thrones pelo olhar da recepção transmidiática. In: **Comunicon**. São Paulo, 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/qRVmqk>>. Acesso em: 21 ago. 2017.

IGREJA, Monique Feio. **Tecnologia e interações na Amazônia paraense**: um estudo com jovens da ilha de Murutucu - Belém/PA. 2016. 173 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Instituto de Letras e Comunicação, Universidade Federal do Pará, Belém, 2016.

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

LEMONS, André. Cibercultura como território recombinante. In: TRIVINHO, Eugênio; CAZELOTO, Edilson (Org.). **A cibercultura e seu espelho**: campo de conhecimento emergente e nova vivência humana na era da imersão interativa. São Paulo: ABCiber, p. 38-46, 2009.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MARTINS, Heloísa Helena. **Metodologia qualitativa de pesquisa**. In: Revista USP de Educação e Pesquisa, São Paulo, v. 30, n. 2, p. 289 - 300, 2004. Disponível em: <<https://goo.gl/X4ChtD>>. Acesso em: 2 abr. 2018.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. 2. Ed., Porto Alegre: Sulina, 2009.

ROSELT, Jean. In: FISHER-LICHTE, Erica; LOLESCH, Doris; WEILER, Christel (Org.). **Transformationen. Theater der neunziger Jahre** (Recherchen 2). Berlin: Theater der Zeit, 1999, p. 111 - 120.

SACCOMORI, Camila. Fenômeno segunda tela: experiência coletiva. **ZH Entretenimento**. 2013. Disponível em: <<https://goo.gl/pAcuv7>>. Acesso em: 19 ago. 2017.

SIMMEL, Georg. **Questões fundamentais da sociologia**: indivíduo e sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

WAUTIER, Anne Marie. Para uma Sociologia da Experiência. Uma leitura contemporânea: François Dubet. **Sociologias**. Porto Alegre, v. 9, p. 174-214, jan/jun. 2003. Disponível em: <<https://goo.gl/zLliym>>. Acesso em: 20 ago. 2017.