



Análise do consumo da série *Game of Thrones* pelas redes sociais no Brasil¹

Lauro WAGNER²
Valquiria JOHN³

UNIVALI - Universidade do Vale do Itajaí – Santa Catarina

RESUMO

A pesquisa tem como objeto de estudo a série de TV *Game of Thrones* produzida e exibida pela emissora americana HBO. A série já finalizou a terceira temporada (2013) e dia 6/4 estreia a quarta temporada que é exibida todos os domingos, nos EUA e no Brasil. Adaptação dos livros “As crônicas de gelo e fogo” de George R. R. Martin, é um dos sucessos atuais, tanto literário quanto televisivo, da chamada narrativa fantástica. O objetivo é analisar a circulação da série no Brasil a partir de uma perspectiva de recepção transmidiática, ou seja, como os fãs brasileiros se apropriam da série e a fazem repercutir e expandir na internet. A pesquisa se insere na perspectiva da convergência midiática, o foco da análise são os conteúdos produzidos na *fanpage* da HBO Brasil, bem como em *fanpages e blogs* produzidos por fãs. A perspectiva metodológica mescla técnicas da análise de conteúdo e da *netnografia*.

PALAVRAS-CHAVE: fãs; narrativa transmidiática; séries americanas; *Game of Thrones*,

INTRODUÇÃO

As séries de televisão norte-americanas estão cada vez mais difundidas em todo o mundo, inclusive no Brasil, onde o gênero de ficção seriada mais produzido e mais consumido é a telenovela. Carro chefe das principais emissoras de TV em sinal fechado e aberto no país de origem, é sobretudo através da internet que as séries americanas ganham cada vez mais adeptos no Brasil e em outros países. Inseridas no processo da chamada convergência midiática, muitas séries são produzidas para a TV mas levando em conta toda uma legião de fãs que consomem suas histórias a partir da prática dos downloads e da rede de compartilhamento informal que se forma pela internet, ainda não que seja uma atividade legalizada, é a prática corrente entre internautas do mundo inteiro.

¹ Trabalho apresentado no IJ 4 – Comunicação Audiovisual do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de maio de 2014.

² Acadêmico do 7º período do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade do Vale do Itajaí.

³ Doutoranda do PPGCOM/UFRGS. Orientadora da pesquisa. Professora do curso de Comunicação Social da Universidade do Vale do Itajaí



Esses conteúdos são não apenas compartilhados mas também discutidos, contestados, elogiados e reelaborados em forma de outros conteúdos, outras narrativas e outros suportes, seja em redes sociais, blogs, site ou fóruns dedicados aos temas das séries. Inserem-se no processo chamado de “cultura de fãs” (JENKINS, 2008) com a produção inclusive das chamadas *fanfictions*, memes, campanhas, virais para o youtube, *trending topics* no twitter, perfis fakes, fanpages no facebook, entre diversas outras possibilidades de apropriação, consumo e circulação desse produto cultural. Estabelece-se, portanto, uma nova forma de ver e consumir os produtos televisivos, que se estendem para muito além do veículo original – a televisão. Jenkins, ao definir o processo de convergência, para o autor não apenas midiática, mas também cultural, afirma que esta deve ser entendida como uma referência “ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam” (JENKINS, 2008, p. 27). Neste cenário, o autor também afirma que “ao invés de falar de produtores e consumidores midiáticos em papéis separados, agora podemos vê-los como participantes que interagem uns com os outros de acordo com novas regras, que nenhum de nós entende por completo” (JENKINS, 2008, p. 28). Ou, como explica o autor:

Consumidores estão aprendendo a utilizar as diferentes tecnologias para ter um controle mais completo sobre o fluxo da mídia e para interagir com outros consumidores. As promessas desse novo ambiente midiático provocam expectativas de um fluxo mais livre de ideias e conteúdos. Inspirados por esses ideais, os consumidores estão lutando pelo direito de participar mais plenamente de sua cultura. (JENKINS, 2008, p. 44)

Essas práticas e a pesquisa aqui proposta estão inseridas no contexto da “[...] convergência midiática e a conseqüente convergência e desdobramentos de seus fluxos de circulação e consumo” (JACKS et al, 2011, p. 3). Para observar e analisar este fenômeno cada vez mais intenso na esfera midiática mundial e inclusive brasileira escolhemos como objeto empírico a série de TV *Game of Thrones* (GOT), exibida pela emissora de sinal fechado norte americana HBO com transmissão simultânea a todos os países do mundo que têm acesso à emissora.

Nosso foco, entretanto, não é a série em si, seu conteúdo ou processo de produção e sim como se dá o consumo e circulação de seu conteúdo entre os fãs brasileiros. O consumo de GOT, assim como de outras narrativas ficcionais, “[...] segue



uma tendência mais ativa – embora em diferentes níveis –, e os receptores, por meio da Internet e das tecnologias digitais, podem acessar e experienciar coletivamente o desenrolar das histórias” (JACKS et al). Esse processo é definido por Lopes (2011) como “recepção transmidiática”.

Deste modo, o objetivo geral da pesquisa é analisar como ocorre o consumo e circulação da série *Game Of Thrones* entre os fãs brasileiros a partir do uso da internet; e como objetivos específicos:

- Verificar a incidência e o conteúdo de postagens sobre a série em *fanpages* e blogs sobre o tema mantidos por fãs.
- Identificar os posicionamentos dos fãs quanto ao desenvolvimento da narrativa a partir das participações no site e *fanpage* oficial da série no Brasil
- Mapear conteúdos produzidos pelos fãs em redes sociais, blogs e sites dedicados ao tema.

JUSTIFICATIVA

Game of Thrones, exibida pela HBO desde 2011, é uma adaptação da série de livros de fantasia épica intitulada “As crônicas de gelo e fogo” (*A Song of Ice and Fire*) escrito pelo norte americano George R. R. Martin⁴. A obra começou a ser produzida em 1991 e o primeiro volume foi lançado em 1996, a ideia original era pra ser apenas uma trilogia, porém hoje consiste em cinco volumes disponíveis no mercado, inclusive brasileiro, e mais dois planejados⁵.

⁴ 1 George R. R. Martin nasceu em 20 de setembro de 1948. É roteirista e escritor de terror, fantasia e ficção científica. Considerado umas das 100 pessoas influentes do mundo em 2011 pela revista TIME. Em 1970 recebeu o seu bacharelado em jornalismo pela Universidade Northwestern e depois completou o mestrado em Jornalismo, também em Northwestern em 1971. Na década de 1990 começou a escrever para a televisão e trabalhar como editor de livros.

⁵ Os volumes já publicados são: **A GUERRA DOS TRONOS** - livro um, 592 páginas, lançado em 6 de agosto de 1996 nos EUA e no Brasil em setembro de 2010 pela editora LEYA; **A FÚRIA DOS REIS** - livro dois, 656 páginas, lançado em 16 novembro 1998 nos EUA e no Brasil em março de 2011 pela editora LEYA; **A TORMENTA DAS ESPADAS** - livro três, 880 páginas, lançado em 8 de agosto de 2000 nos EUA e no Brasil em setembro de 2011 pela editora LEYA; **O FESTIM DOS CORVOS** - livro quatro, 644 páginas, lançado em 17 de outubro de 2005 nos EUA e no Brasil em fevereiro de 2012 pela Editora LEYA; **A DANÇA DOS DRAGÕES** - Livro cinco, 864 páginas, lançado em 12 de julho 2011 nos EUA e no Brasil em 2 de agosto de 2012 pela Editora LEYA; **OS VENTOS DO INVERNO** - Livro seis, lançamento previsto para 2014.



A história da série gira em torno do trono de ferro, uma guerra civil entre várias famílias disputando um trono, o poder. Com o decorrer da jornada são apresentados para o leitor diversos personagens que de certa forma estão conectados. Ganância, poder, traição, amor, amizade entre outros sentimentos entram em cena por diversos personagens, Martin constrói personagens que podem ser chamados de complexos, uma hora o indivíduo é herói e depois de algumas páginas passa a ser vilão ou o contrário. Como afirma Ehlers (2012, online) “Os abusos e crueldades lhes são tão comuns que mesmos os supostos ‘bonzinhos’ carregam suas cargas de crueldades. Essa divisão entre mocinhos e bandidos que estamos tão acostumados a ver é algo que não é nada claro no mundo de Martin”. Nada é muito óbvio ou simples no mundo criado pelo autor, considerado por muitos críticos como o “Tolkien norteamericano”.⁶

Um ponto importante da série é que Martin, diferente de outros autores, não deixa o leitor criar vínculo com um personagem por muito tempo. Ao longo dos cinco livros publicados, poucos personagens permanecem vivos. Outro ponto importante é o processo de identificação que se pode perceber entre os fãs da saga. A narrativa, o mundo criado por Martin, mesmo sendo uma série fantasia, repleta de criaturas fantásticas como dragões, lobos gigantes, mortos vivos, gigantes, videntes, os temas abordados propiciam a identificação do leitor: traição por amigos, intrigas dentro da própria família, como amadurecer sem os pais por perto entre outros problemas que a história expõe, possivelmente um dos motivos para ser uma das séries literárias mais aclamadas dos últimos anos. A emissora norte americana HBO adquiriu os direitos de *As crônicas de gelo e fogo* em janeiro de 2007, contratando assim Daniel Weiss e David Benioff para transformar a História dos livros em uma série de TV. Atualmente na expectativa do início da quarta temporada, a série não tem seguido totalmente a narrativa apresentada nos livros, mas segue fiel ao enredo de uma forma geral.⁷

⁶ Referência ao autor inglês J.R.R. Tolkien, criador da saga *The lord of the rings* (O Senhor dos anéis), trilogia literária que foi adaptada para o cinema e gerou cifras milionárias. Considerada a principal obra de fantasia épica do século XX. As comparações com a obra de Tolkien são constantes. Essa intenção de colocar como um livro semelhante está até mesmo na decisão da tradução do título do primeiro livro que preferiu usar *Guerra dos Tronos* no lugar da tradução literal para *Jogo dos Tronos*, possivelmente como uma tentativa de atrair os fãs de *O Senhor dos Anéis*. Contudo, o título literal *Jogo dos Tronos* passa com mais fidelidade a essência da trama, que é justamente essa busca pelo poder através de intrigas e traições.

⁷ Martin não demonstra nenhum pudor com relação à vida sexual dos seus personagens. Muitos assuntos considerados tabus na sociedade são tratados com tanta constância que ao longo da trama nem nos chocamos mais com a audácia do autor. Com a ajuda da série de TV, a sensualidade ganhou mais vigor e forma levando inclusive a cenas de nu frontal tanto feminino quanto masculino. Na adaptação para a televisão, que normalmente tende a ser mais conservadora, fez-se justamente o contrário, aumentando ainda mais o teor sexual das cenas, além de incluir relações que no livro pareciam sutis



A primeira e a segunda temporada são referentes aos livros um e dois, respectivamente. Já o livro três, o mais longo dos cinco escritos por Martin com mais de 800 páginas, foi, conforme declaração dada pela própria emissora dividido em duas temporadas, a terceira exibida em 2013 e a quarta, que começa sua exibição em abril de 2014. Essas duas temporadas e o livro três constituem o foco de análise desta pesquisa. Cada temporada exhibe, no total, 10 episódios que têm uma média de duração em torno de 50 a 60 minutos. A primeira temporada estreou em 17 de abril de 2011, a segunda temporada foi ao ar dia 1º de abril de 2012 e a terceira temporada, em exibição, teve seu primeiro episódio exibido em 31 de março de 2013.

No Brasil, a série de livros já vendeu mais de um milhão de exemplares. Quanto à série de TV, mesmo sendo exibida em TV de sinal fechado, a emissora tem batido recordes de audiência, tanto nos EUA quanto no Brasil a cada novo episódio da terceira temporada. De acordo com a emissora norte americana CBS, a estreia da série “recebeu um total de 6,7 milhões de telespectadores domingo, quebrando número de espectadores recorde do ano passado”.⁸ Além disso, a cultura do compartilhamento, da prática de assistir série pelo computador faz da terceira temporada de GOT a mais “baixada” da história de todas as séries já produzidas. “De acordo com o blog TorrentFreak, o episódio de domingo [31/03/2013] do ‘Game of Thrones’ foi baixado 1 milhão de vezes no BitTorrent⁹ em menos de um dia”¹⁰. Ainda reportando os dados do TorrentFreak, a emissora aponta que “cerca de 163.088 pessoas estavam compartilhando um arquivo do programa na rede peer-to-peer de uma vez. O recordista anterior era a 3ª Temporada estreia de ‘Heroes’, com 144.663 pares compartilhamento de arquivos”¹¹. Em 2012 a série já havia sido nomeada a “mais pirateada” do ano, o que não incomoda os criadores da série. O Presidente de programação da HBO, Michael Lombardo, em entrevista para a revista *EW - Entertainment Weekly* ao ser questionado sobre o download ilegal afirmou: “Eu provavelmente não deveria estar dizendo isso, mas é uma espécie de elogio. A demanda está lá. E isso certamente não impactar negativamente as vendas de DVD. [A pirataria é] algo que vem junto com ter um show de grande sucesso [...]”¹².

⁸ CBS News. Disponível em: http://www.cbsnews.com/8301-205_162-57577501/game-of-thrones-breaks-internetpiracy-record/

⁹ “BitTorrent é um protocolo de Internet que permite o compartilhamento de arquivos de arquivos comumente referido como uma rede peer-to-peer “torrent”. O programa recolhe fragmentos menores de um arquivo maior que é disponibilizado a partir de múltiplas fontes”. Fonte: CBS, op. citi.

¹⁰ CBS News. Disponível em: http://www.cbsnews.com/8301-205_162-57577501/game-of-thrones-breaks-internetpiracy-record/

¹¹ Idem.

¹² Revista EW.com. Disponível em: <http://insidstv.ew.com/2013/03/31/hbo-thrones-piracy/>



Como se vê, este é um novo cenário para o fazer televisivo, para o consumo desses conteúdos e para a pesquisa, para a compreensão dessas novas práticas, novos modos de ver o conteúdo, de fazê-lo circular, de apropriar-se dele. A intenção desta pesquisa é inserir-se nesse cenário da convergência midiática de modo a buscar compreender melhor a chamada cultura de fã e essas novas práticas midiáticas tendo como recorte empírico um dos conteúdos de maior sucesso nesse âmbito, a série *Game of Thrones*.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

De acordo com Messa (2006) as séries americanas só ganharam evidência no Brasil com a difusão da TV a cabo no país. A autora faz a ressalva, porém, de que “[...] pode ter sido a televisão aberta – através, principalmente, da Rede Globo - que deu visibilidade para as séries televisivas norte-americanas a partir dos anos 80 e construiu uma cultura de assisti-las no Brasil. Sob o título de Sessão Aventura, as séries norte-americanas foram formalmente apresentadas ao público brasileiro semanalmente, de segunda a sexta-feira, às 16h30, dentro da programação da emissora” (MESSA, 2006, p. 4). Gomes (2011) corrobora com a posição da autora e considera que a difusão das séries na programação aberta no Brasil foi inicialmente discreta. Seu início ocorre somente nos anos de 1980, mas é ao longo da década de 1990 que as séries irão, ainda lenta e progressivamente, ganhar espaço nas principais emissoras do país. “Programas como Casal 20 (Hart To Hart), As Panteras (Charlie’s Angels), S.O.S. Malibu (Baywatch), Anos Incríveis (The Wonder Years) e Barrados no Baile (Beverly Hills, 90210) ocupavam uma pequena porcentagem da programação e, com o tempo, foram se fixando no imaginário e no cotidiano de seus telespectadores” (GOMES, 2011, p. 7).

Segundo o autor, somente nos anos 2000 as emissoras, a partir de bons índices de audiência, incorporaram, definitivamente, as séries norte americanas em suas grades de programação. Como exemplo, Gomes (2011) cita o primeiro episódio da série Lost, exibido pela Rede Globo em fevereiro de 2006. Este rendeu 29 pontos no Ibope apenas na grande São Paulo¹³. As séries americanas, assim como a telenovela brasileira, têm sua gênese nos folhetins franceses publicados nos principais jornais do país durante o século XIX. Considerados a primeira forma de narrativa ficcional seriada de alcance mais amplo, os folhetins legaram às séries o seu caráter de “prender” o consumidor até o

¹³ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u57567.shtml>> Acesso em: 19/04/2011.



episódio seguinte que, no caso das séries americanas, ocorre a cada semana. Conforme Carlos (2006, p. 9), o sucesso dos folhetins pode ser explicado pelo fato de que “satisfaziam o leitor com fome de entretenimento e garantiam para a indústria editorial uma regularidade de consumo”. O mesmo vale para as séries que levam uma legião de fãs a seguirem conectados em seus computadores madrugada a dentro aguardando pelo tão esperado download do episódio de sua série favorita exibida a cada semana. No Brasil estamos acostumados com o formato seriado da telenovela que é exibida de segunda a sábado, o que estabelece outro tipo de ritmo narrativo. As séries americanas, ao contrário, são exibidas semanalmente e divididas por temporadas, que contém de 22 a 24 episódios¹⁴. “A duração dos episódios pode variar de 30 a 60 minutos de duração¹⁵, com uma permanência que pode variar de anos, meses ou até semanas, caso os índices de audiência não estejam de acordo com o esperado pelo canal que os exhibe” (GOMES, 2011, p. 33). O calendário de início de uma nova obra de ficção seriada nos Estados Unidos também é bastante distinto do Brasil.

As estreias das séries são divididas em *midseason* e *fallseason*. A *midseason* compreende o período que vai de janeiro a maio, quando ocorrem as estreias e os retornos (GOMES, 2011). A *fallseason* compreende o período de setembro a dezembro, também pode ter estreias, mas geralmente é dedicada ao retornos de séries que tiveram suas temporadas renovadas. Há ainda a *summer season*, época dedicada principalmente a reprises e reality shows. Por ser o período de verão nos EUA, a *Summer season* não tem muitas estreias, mas tem também uma programação de retornos e estreias (GOMES, 2011). Porém, o grande fator que diferencia as produções norte americanas está numa prática que cada vez mais se difunde no Brasil – o acompanhamento das séries pela internet, nem sempre de forma lícita, porém, com um sucesso e alcance de público cada vez maior.

Os fãs brasileiros, como de muitos outros países do mundo, não têm paciência para aguardar a exibição das séries nas emissoras de sinal fechado no país e este consumo se dá, cada vez mais, pelas redes informais de compartilhamento de arquivos via web. Como afirma Gomes (2011, p. 13-14)

¹⁴ “No caso dos canais de televisão a cabo, a organização dos episódios é diferenciada e não obedece necessariamente a um critério. Em canais como HBO e Showtime, os mais consumidos da TV a cabo, as temporadas possuem em média 12 ou 13 episódios” (GOMES, 2011, p. 33).

¹⁵ “A duração dos episódios depende do formato. Aqui é considerada a exibição de comerciais. No caso dos dramas e demais gêneros, cada episódio apresenta histórias com uma duração média de 40 a 44 minutos e os *sitcoms* entre 19 e 21 minutos, sem comerciais” (GOMES, 2011, p. 33).



Após 2004, com a estreia de *Lost*, a maneira de assistir televisão passou por um processo de revisão, afinal, os seriados passaram a ser popularizados com mais fervor via internet logo ao término de sua exibição nos Estados Unidos. Esse foi um fator que colocou em xeque o procedimento de exibição desse tipo de programa nos canais de TV a cabo do Brasil¹⁶. Os seriados oferecem uma alternativa para os que não se identificam com a telenovela, principal forma de ficção seriada brasileira. Seja através de *downloads* ou locações, na televisão aberta, a cabo ou nas telas dos computadores, as produções importadas são cada vez mais um sucesso inegável.

METODOLOGIA

A pesquisa esta sendo realizada em ambiente online, para a qual são adotadas duas técnicas de pesquisa – a análise de conteúdo, conforme proposto por Bardin (1977), para mapear e categorizar os posts realizados no site e *fanpage* oficial de GOT no Brasil. Outro procedimento será o uso da *netnografia*. Esta tem como objetivo “preservar os detalhes ricos da observação em campo etnográfico usando o meio eletrônico para ‘seguir os atores’.” (BRAGA apud AMARAL, 2001, p.5). A etnografia “é um método de investigação oriundo da antropologia que reúne técnicas que munem o pesquisador para o trabalho de observação a partir da inserção em comunidades para pesquisa, onde o pesquisador entra em contato intra-subjetivo com o objeto de estudo.” (AMARAL, 2001, p.5). Tomando a etnografia como base podemos dizer, então, que a *netnografia* é o estudo das relações formadas pelos processos sociais dentro do espaço virtual. Desta forma, ela é considerada como metodologia ideal para o estudo dos conteúdos compartilhados em redes sociais, sites, blogs e fóruns que têm como foco as séries americanas com ênfase no objeto aqui escolhido – *Game of Thrones*. O processo de coleta e análise de dados a partir da netnografia, segundo Amaral, se dá em três etapas:

A primeira são os dados coletados e copiados diretamente dos membros das comunidades on-line de interesse, onde, devido ao grande número de informações coletadas e às dúvidas que estas possam causar, é prudente o pesquisador se utilizar de vários tipos filtros para que sobre apenas informações de relevância para o contorno da pesquisa. A segunda coleta refere-se às informações que o pesquisador observou das práticas comunicacionais dos membros das comunidades, das interações, simbologias e de sua própria participação. A terceira, finalmente, são os dados levantados em entrevistas com os indivíduos, através da troca de e-mails ou em conversas em chats ou via mensagens instantâneas. (AMARAL, 2001, p 4)

¹⁶ A televisão a cabo brasileira era caracterizada por grande atraso nas exibições das séries. Com a crescente popularização deste tipo de programa na internet os canais se viram obrigados a redefinir seus padrões de exibição.



Como espaço de pesquisa netnográfica, serão analisados a *fanpage* (<https://www.facebook.com/GameOfThronesBrazil>)¹⁷ e o site oficial de *Game of Thrones* no Brasil (<http://www.gameofthronesbr.com/>), bem como será feito o mapeamento de outros sites e *fanpages* que assim se intitulem, como é o caso do site <http://gameofthronesbrasil.com/>, blogs que sejam nomeados a partir da série, como por exemplo o blog <http://gameofthrones-brasil.blogspot.com.br/>. Serão analisados, ainda, blogs e suas respectivas *fanpages* no facebook dedicados às séries americanas de um modo geral, com ênfase no conteúdo sobre GOT. Esses serão mapeados conforme seu sucesso de acessos e por serem espaços de produção de conteúdo por parte dos fãs. Inicialmente, temos mapeados os seguintes: *SérieMSérie*¹⁸; *Seriadores Anônimos*¹⁹; *Box de Séries*²⁰ e *Ligado Em Série*²¹. A opção por blogs e sites criados por fãs, além de suas *fanpages* no facebook vai ao encontro da proposição de Recuero quando afirma que “[...] perfis do Orkut [facebook], weblogs, fotologs, etc. são pistas de um ‘eu que poderá ser percebido pelos demais’. São construções plurais de um sujeito, representando múltiplas facetas de sua identidade” (RECUERO, 2009, p.29). Os espaços serão monitorados/acompanhados durante a exibição da terceira e quarta temporada. No caso da terceira, o conteúdo será coletado de forma retroativa aos meses de abril, maio e junho (período de exibição).

No intervalo de julho a agosto serão realizadas visitas semanais aos locais online citados de modo a acompanhar se os fãs matem o tema em evidência enquanto aguardam pela quarta temporada, com estreia prevista para abril de 2014.

Como a pesquisa está em andamento, neste momento temos apenas um mapa geral dos dados quantitativos levantados até o momento e que dispomos a seguir:

¹⁷ Considerada “oficial” por ter o apoio da editora Leya, que publica os livros de Martin no Brasil.

¹⁸ <http://seriemserie.blogspot.com.br/search/label/Game%20Of%20Thrones>;

¹⁹ <http://www.seriadores.com.br/search/label/Game%20of%20Thrones>;

²⁰ <http://www.boxdeseries.com.br/site/tag/game-of-thrones/>

²¹ <http://www.ligadoemserie.com.br/category/game-of-thrones/>



Página: Game Of Thrones Brasil

Mês	Total de postagem	Total de curtidas	Total de comentários	Total de compartilhamento
Março	1	2962	109	2426
Abril	15	17959	1221	2229
Maió	13	15531	904	1621
Junho	13	37128	2372	5504

Mês	Março	Abril	Maió	Junho
Comentários				
Comentários sobre a adaptação do Livro para a série - positivo	10	20	47	308
Comentários sobre a adaptação do Livro para a série - negativo	11	17	26	263
Comentário sobre o personagem	20	60	90	547
Comentários normais	30	703	546	703
Comentário / compartilhamento com amigos	7	173	35	70
Comentário Divulgando outra pagina	2	7	3	16



Página: HBO GAME OF THRONES BR

Mês	Total de postagem	Total de curtidas	Total de comentário	Total de compartilhamento
Março	7	11108	659	1545
Abril	58	41865	4831	10362
Maiο	69	29526	4523	4282
Junho	41	30606	2390	2633

Mês	Março	Abril	Maiο	Junho
Comentários				
Comentários sobre a adaptação do Livro para a série - positivo	12	486	165	165
Comentários sobre a adaptação do Livro para a série - negativo	15	354	30	152
Comentário sobre o personagem	32	696	969	767
Comentários normais	300	2359	1089	568
Comentário / compartilhamento com amigos	130	309	1672	123
Comentário Divulgando outra pagina	2	73	14	11



Blog Game Of Thrones Brasil

Mês	Total de postagem	Total de comentários
Março	2	4
Abril	34	640
Maio	21	666
Junho	11	299

Trailer da 4^o temporada

Pagina: Game Of Thrones BR

	curtidas	comentarios
primeiro - Anuncio	640	42
segundo - Vingança	574	68
terceiro - Segredos	797	67
quarto - Demonios	533	48



REFERÊNCIAS

AMARAL, Adriana. NATAL, Geórgia. VIANA, Luciana. **Netnografia como aporte metodológico na pesquisa em comunicação digital**. Disponível em: <http://www.djangel.com.br/wpcontent/uploads/2009/01/AMARALNATALEVIANASesoes-do-Imaginario.pdf> . Acesso em 22/04/2013.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

CARLOS, Cássio Starling. **Em tempo real: Lost, 24 horas, Sex and the city e o impacto das novas séries de TV**. São Paulo: Alameda, 2006.

EHLERS, Luiz A Audácia e o Sucesso das Crônicas do Gelo e Fogo. **Revista Fantástica**. Revista online sobre Literatura, cultura e entretenimento. Disponível em <http://www.revistafantastica.com.br/em-foco/materias-de-capa/a-audacia-e-o-sucesso-dascronicas-do-gelo-e-fogo/>. Acesso em 28/04/2013.

GOMES, Fernando. **A verdade escrita em nossos rostos: uma análise do conteúdo científico abordado na série Lie To Me**. Itajaí: Univali, 2011. 118 páginas.

JACKS, Nilda et al. Telenovela em múltiplas telas: da circulação ao consumo. In: Maria Immacolata Vassalo de Lopes. (Org.). **Ficção televisiva transmidiática no Brasil: plataformas, convergência, comunidades virtuais**. Porto Alegre: Sulina, 2011, v. 2, pp. 297-337.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. A Recepção Transmidiática da Ficção Televisiva: novas questões de pesquisa. In: FILHO, João Freire e BORGES, Gabriela (org). **Estudos de televisão**. Diálogos Brasil- Portugal. Porto Alegre Sulina, 2011

MESSA, Márcia Rejane, A cultura desconectada: sitcoms e séries norteamericanas no contexto brasileiro, **UNÍrevista**, vol. 1, n° 3, julho de 2006.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. São Paulo: Sulina, 2009.