

## O Culto *Fandom* e a Reinvenção da Jornada do Herói: o Elemento Surpresa em *Game of Thrones*<sup>1</sup>

Adriana Corrêa Silva PORTO<sup>2</sup>

**Resumo:** Este artigo investiga a relação do culto mantido pelos fãs de uma narrativa com a capacidade desta criar sua própria forma de contar histórias, introduzindo elementos significativamente novos no que se convencionou a chamar de *A Jornada do Herói*. A hipótese levantada é de que o poder de atração de fãs em uma narrativa é potencializado na medida em que esta rompe com algumas convenções e introduz substâncias inovadoras em seu enredo, a fim de surpreender leitores ou espectadores – sobretudo os mais ávidos. Acreditando que as histórias sejam capazes de nos dizer algo sobre a vida e sobre nós mesmos, esperamos com tal pesquisa entender a utilização dos mecanismos envolvidos e avançarmos no estudo da arte narrativa.

**Palavras-chave:** Culto; fãs; recepção; jornada do herói; Game of Thrones

### 1 - Introdução

Partindo do pressuposto de que as histórias possuem alguns elementos estruturais comuns, encontrados universalmente em contos de fadas, mitos, lendas, sonhos, livros, filmes e séries de TV (VOGLER, 2006), buscamos analisar a recepção dos fãs de uma narrativa ficcional contemporânea que propõe a alteração de tais padrões. Conhecido como *A Jornada do Herói*, este modelo ficou famoso após ser incorporado aos moldes hollywoodianos, na tentativa de ajudar roteiristas, produtores e diretores a diminuir os riscos da história não agradar o público, assim como os gastos intelectuais para desenvolver a obra.

Essa tecnologia narrativa é baseada no trabalho do mitólogo Joseph Campbell<sup>3</sup>, que observou que os mitos continham padrões universais, dos quais as pessoas se alimentavam de diferentes formas. E, baseado nesses padrões ocultos da mitologia, seria possível contar qualquer história de infinitas maneiras, seguindo o mesmo esquema estrutural. Por isso, o modelo da Jornada do Herói é tido como universal e presente em

<sup>1</sup> Artigo apresentado no Eixo 5 – Entretenimento Digital do VII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura, realizado de 20 a 22 de novembro de 2013.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social (PPGCOM) da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). E-mail: [acporto@ymail.com](mailto:acporto@ymail.com).

<sup>3</sup> Saiba mais no livro CAMPBELL, Joseph. *O Herói de Mil Faces*. São Paulo: Cultrix, 1992.

todas as culturas e épocas. Pois todas as narrativas, conscientemente ou não, seguem os antigos padrões dos mitos, e todas as histórias podem ser entendidas nestes termos (VOGLER, 2006, p.33).

Conforme observado por Vogler (2006), alguns filmes que se utilizavam deste recurso - como *Guerra nas Estrelas*<sup>4</sup>, por exemplo - atraíam uma legião de fãs, que o assistiam repetidamente, na busca por uma experiência quase religiosa. No caso da série de TV americana *Game of Thrones* não é diferente. Produzida e veiculada pela emissora HBO, canal por assinatura com transmissão para 50 países, a obra possui um exército de aproximadamente 5,5 milhões de fãs, segundo dados da empresa de monitoramento e análise de redes sociais SocialBakers<sup>5</sup>. O Brasil é o segundo país com mais fãs da série - apelidada por eles de GOT, em referência às suas iniciais - atrás apenas dos Estados Unidos, seu país de origem.

Com um orçamento médio de US\$ 60 milhões por temporada, a série produzida por David Benioff e D. B. Weiss é a mais vista da TV fechada na atualidade e a segunda mais vista da história da HBO, tendo alcançado a audiência de 13,6 milhões espectadores em sua terceira temporada<sup>6</sup>. A obra audiovisual é baseada nos livros de fantasia épica *A Song of Ice and Fire* - traduzido para o português como *As Crônicas de Gelo e Fogo* - escritos pelo romancista e roteirista norte-americano George R. R. Martin, que já venderam mais de 20 milhões de exemplares em todo o mundo e foram traduzidos em 40 línguas. Publicada pela primeira vez em 1996, a saga foi originalmente concebida para ser uma trilogia, mas atualmente possui cinco volumes publicados e mais dois planejados.

Mas o que atrai tanto os fãs? O que os torna fiéis ou devotos à narrativa? Com o objetivo de encontrar respostas para estas perguntas, demos início a uma investigação. Embora o caminho ainda não tenha sido integralmente percorrido, já é possível

<sup>4</sup> A série teve início com *Star Wars*, lançado em 25 de maio de 1977. A seguir vieram duas sequências, *The Empire Strikes Back*, lançada em 21 de maio de 1980, e *Return of The Jedi*, lançada em 25 de maio de 1983. Dezesesseis anos depois da exibição do último filme, teve início uma nova trilogia, mais uma vez lançada em intervalos de três anos. Em 2008, a soma da bilheteria arrecadada pelos seis filmes *Star Wars* totalizava aproximadamente US\$ 4,41 bilhões, fazendo desta a quarta série cinematográfica com maior bilheteria de todos os tempos. A franquia toda soma mais de 30 bilhões de dólares, o que faz dela a franquia mais lucrativa da história. A série ainda tem previsão de expandir-se com o lançamento do *Episódio VII*, com lançamento anunciado para 2015 pela The Walt Disney Company.

<sup>5</sup> Fonte: <http://oglobo.globo.com/blogs/emcartaznaweb/posts/2013/04/05/brasil-o-segundo-pais-com-mais-fas-de-game-of-thrones-492315.asp>. Acesso em: 23 jun. 2013.

<sup>6</sup> Em primeiro lugar está a temporada 2004 da *Família Soprano*, que mantém o recorde na emissora com a média de 14,4 milhões de espectadores. Fonte: <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2013/06/game-thrones-e-serie-mais-vista-da-hbo-desde-familia-sopranos.html>. Acesso em: 11 jun. 2013.

vislumbrar algumas respostas que nos auxiliarão no andamento de uma pesquisa maior, da qual esse artigo é parte. Partimos da hipótese de que o rompimento com a clássica Jornada do Herói possa ser decisivo para o recrudescimento do culto e o fortalecimento das comunidades *fandom*<sup>7</sup>.

A partir daí, analisamos o culto dos fãs da série *Game of Thrones* e a sua relação com as inovações inauguradas pela narrativa. Para a observação da recepção da obra audiovisual pelos espectadores, selecionamos o fórum *Ice and Fire*, no qual eles discutem os aspectos cultuados, expõem suas sensações e afetos e é possível observar o visível<sup>8</sup> e o enunciável<sup>9</sup>. A opção pelo <http://forum.iceandfire.com.br/> se deve ao fato de este ser um espaço aberto e gratuito, bastando apenas se cadastrar para participar e interagir com os demais membros. Além disso, é o primeiro fórum brasileiro sobre *As Crônicas de Gelo e Fogo*, fundado em 17 de novembro de 2010 – conforme informa o próprio site.

Apresentados os principais atores<sup>10</sup> desta dinâmica, revelamos os conceitos que nos guiaram nesta pesquisa. Para começar, abordamos a questão do culto dos fãs e das comunidades virtuais. Na segunda parte do artigo, falamos das diferenças entre a jornada clássica do herói e a estrutura da narrativa que nos propomos a estudar. Na sequência, mostramos a participação de um grupo em particular de fãs, no fórum de discussão na internet, que pode ser útil para a elucidação da questão proposta. Espera-se que, dessa maneira, seja possível utilizar a teoria para nos auxiliar na compreensão de fenômenos sociais que são parte da realidade empírica e cotidiana.

## 2 – O Culto e as Comunidades *Fandom*

Como modalidade do comportamento humano que nos remete aos atos da crença ou da devoção, o culto não é uma categoria estável. Na origem, exprime a incorporação do objeto num conjunto de relações tradicionais, tais como as mais antigas obras de arte

<sup>7</sup> Palavra de origem inglesa (*Fan Kingdom*). Refere-se ao conjunto de fãs de um determinado programa de televisão, pessoa ou fenômeno em particular.

<sup>8</sup> Aquilo que é dizível em um enunciado discursivo (DELEUZE, 2005).

<sup>9</sup> Aquilo que é visível e invisível em um discurso. O que inclui também o que é observável em enunciados não discursivos. Conjunto de lógicas que regem o que está sendo visto ou mostrado. O que podemos apreender do dito e do não dito, a partir de um tipo de organização e/ou modo de distribuição (DELEUZE, 2005).

<sup>10</sup> Utilizamos o conceito de Latour (2012) para definir ator como tudo que age, deixa traço, produz efeito - independente da sua natureza -, podendo se referir a pessoas, instituições, coisas, animais, objetos, máquinas, etc. Ou seja, ator aqui não se refere apenas aos humanos, mas também aos não humanos, sendo por esse motivo sugerido ainda pelo autor o termo *actante*.

que nasceram a serviço de um ritual. A etimologia da palavra revela também um sentido religioso e transcendente. Derivado do verbo latino *colere*, o nome *cultus* designou a princípio o ato de cultivar, ocupar-se de algo. Por isso, está ligado ao mundo do *ornatus* e da cultura no sentido estético do termo.

Para alguns autores, como Walter Benjamin e Michael Fried - para os quais o culto está ligado as origens históricas da arte e diz respeito a práticas mágicas, rituais e culturais que foram se perdendo<sup>11</sup> - o culto passa pela experiência de ser distanciado ou invadido pela presença silenciosa de alguém ou de alguma coisa. Experiência efetivamente invasora, de ser mantido à distância, na condição de respeito, por uma obra de arte (DIDI – HUBERMAN, 1998).

Notadamente a partir da segunda metade do século XX, o intenso consumo e defesa de algumas obras de entretenimento e arte contemporânea, por parte de grupos específicos de apreciadores, desencadeou o que chamamos de *fenômeno cult*. Essa devoção mantida a certas obras, ao longo dos anos vem se relacionando com a ideia de subcultura, “identificada menos como um estilo específico do que como uma certa estratégia de leitura associada à vanguarda” (JANCOVICH, 2003, p. 35)<sup>12</sup>. Neste sentido, importa-nos uma das principais características do fenômeno: a existência de um grupo de fãs, admiradores e consumidores ávidos por destrinchar a obra e segui-la em seus percursos e desdobramentos. Sob este ponto de vista, a palavra culto – do inglês, *cult* - parece bastante apropriada para definir a ação de alguns grupos de adeptos, seguidores de um objeto, pessoa ou conjunto de componentes, que mantém com estes uma relação de devoção em seus mais diversos aspectos.

Para Umberto Eco (1994), a imersão no universo da obra contribui para o fenômeno *cult*, o que vai ao encontro da ideia de Benjamim, na qual o culto passa pela experiência de “ser invadido pela obra” e pela hipótese da pesquisadora Janet Murray (2003), para quem a fascinação pelo relato e a atração dos espectadores para o palco, para o reino da ilusão, é a fonte de tal adoração. É dessa maneira que uma narrativa nos oferece a segurança de alguma coisa exterior a nós sobre a qual podemos projetar

<sup>11</sup> No período pré-histórico, por exemplo, os desenhos rupestres eram parte de um ritual mágico para assegurar uma caça bem sucedida. Tais imagens não eram criadas com o objetivo de serem apropriadas, consumidas ou expostas para apreciação, bastavam-se em sua existência. Isso porque os desenhos registrados possuíam objetivos bastante práticos: executar ou ensinar práticas mágicas. Dessa forma, o culto tinha o papel de dar visibilidade ao sagrado através de rituais e objetos, para que se tornasse, de alguma maneira, apreensível aos olhos.

<sup>12</sup> Do original: “(...) a subculture identified less by a specific style than by a certain strategy of reading associated with the avant-garde (2000:14).” (JANCOVICH, 2003, p. 35).

nostros sentimentos e emoções. As histórias evocam nostros desejos e medos mais profundos porque fazem parte dessa mágica reunião de fronteiras (MURRAY, 2003).

Neste caso, não se trata do culto da arte pela arte e sim pela experiência que dela decorre, o que proporciona em termos de participação política e partilha do sensível<sup>13</sup>. A partilha do sensível tem papel fundamental neste processo, já que em seus arranjos estruturam-se as maneiras pelas quais um objeto artístico é percebido e pensado. Da mesma maneira, também determina sua inscrição em comunidade (RANCIÈRE, 2005). Tais agrupamentos não representam a simples reunião de pessoas em torno de interesses comuns, mas a existência de um sistema que nos permite ver aspectos comuns segundo certos parâmetros, separados por outros. São um exemplo disso as comunidades de fãs reunidas em torno da série *Game of Thrones*, que nos permitem perscrutar estruturas e movimentos sociais refletidos pela obra. É assim que os enunciados ficcionais impactam o real e reconfiguram o seu sentido.

A partir da junção de tais elementos, a série torna-se um conjunto de *perceptos* e *afectos*<sup>14</sup> e deve ficar de pé sozinha para ser considerada *cult*, de modo a se tornar sólida e durável como a arte dos museus<sup>15</sup>. Nesse contexto, o que se conserva no contato com a obra não é o material – livro, computador, TV ou DVD - e sim o afeto e o percepto desencadeado por ela. Mesmo que o material só durasse alguns segundos, a sensação estaria presente e se conservaria na eternidade desta curta duração (DELEUZE; GUATTARI, 1992). Por isso a obra *cult* é tida como um bloco de sensações que abriga referências a diversos antecessores, que geralmente é acompanhada de uma intensa

<sup>13</sup> Entenda-se por partilha do sensível, ao mesmo tempo, um comum partilhado e partes exclusivas. Essa repartição das partes e dos lugares se funda numa partilha de espaços, tempos e tipos de atividade, que determina propriamente a maneira como um comum se presta à participação e como uns e outros tomam parte nessa partilha (RANCIÈRE, 2005, p. 15).

<sup>14</sup> Os perceptos não são apenas percepções, já que tornam-se independentes do estado daqueles que os experimentam. E os afectos não são apenas sentimentos ou afeições, uma vez que transbordam a força daqueles que são atravessados por eles. As sensações, perceptos e afetos são seres que valem por si mesmos e excedem qualquer vivido. (...) A obra artística é um ser de sensação e nada mais: ela existe em si (DELEUZE; GUATTARI, 1992, p. 213).

<sup>15</sup> Um exemplo de ação que caminha no sentido de tornar um produto de entretenimento contemporâneo sólido e durável como a arte dos museus é a *International Game of Thrones Exhibiton*, uma exposição itinerante da série *Game of Thrones*, promovida pelo canal HBO. O público brasileiro teve a oportunidade de visitá-la, gratuitamente, entre 25 e 30 de abril de 2013, em São Paulo. No acervo, 70 artefatos das três primeiras temporadas. Entre esses objetos estão figurinos dos principais personagens, armas, jóias e armaduras originais usadas nas gravações, além de uma réplica do trono de ferro. A exposição que passou também por Nova York (EUA), Toronto (Canadá), Amsterdã (Holanda) e Belfast (Irlanda do Norte), promoveu ainda uma experiência interativa, na qual os visitantes eram transportados para dentro da batalha épica da Baía de Blackwater, da segunda temporada da série. Fonte: <http://guia.folha.uol.com.br/exposicoes/1267403-exposicao-sobre-game-of-thrones-traz-trono-de-ferro-e-mais-70-objetos-da-serie-a-sp.shtml>. Acesso em: 14 jun. 2013.

emoção e uma sensação de *déjà-vu*<sup>16</sup>. Assim, excessos e lacunas são vistos como oportunidades para as comunidades de fãs se organizarem e coordenarem o culto, alimentando uma profundidade de experiência que motiva mais consumo (JENKINS, 2009).

Baseada na lógica da mídia digital, em que prosumidores<sup>17</sup> agregam valor uns aos outros, as comunidades virtuais de fãs são verdadeiros redutos de afeto. Não são apenas lugares onde as pessoas se encontram, mas também um meio para se atingir diversos fins. Representam uma nova forma de se fazer sociedade, rizomática, transitória e fundada mais na cooperação e nas trocas objetivas que na permanência dos laços. Elas surgiram a partir de recentes tecnologias de comunicação, possibilitando aos seus integrantes o exercício da chamada inteligência coletiva<sup>18</sup> (COSTA, 2008). É dessa maneira que as pessoas subordinam sua expertise individual a fins comuns, tornando acessível ao intelecto coletivo todo conhecimento disponível em um dado momento.

A dinâmica das comunidades *online* é definida por seus próprios integrantes, assumindo a forma que seus membros querem que tenham. Neste ambiente virtual, a mídia deixa de ser apenas uma fonte de informação para se tornar também instrumento de coordenação no mundo físico. Isso porque a força orientadora por trás dessas comunidades é a sua capacidade de coordenar grupos por meio de uma cultura compartilhada, realizando tarefas com maior eficácia do que indivíduos, mercados ou governo.

No caso específico das comunidades virtuais, soma-se à cultura uma dimensão tecnológica no compartilhamento de conteúdos, o que torna a internet um espaço de interação social seletiva e integração simbólica. Esse ambiente possibilita também uma forma de expressão horizontal e livre, baseada na formação autônoma de redes como instrumento de organização, ação coletiva e construção de significado. (CASTELLS, 2003). Tais comunidades são envolvidas pelos valores dos seus integrantes. Valores estes que não são criados por mercados, mas por um conjunto de conceitos compartilhados e mutuamente coordenados por uma cultura.

<sup>16</sup> Loução francesa que significa “já visto”; forte sensação de já ter vivido ou presenciado algo.

<sup>17</sup> Deriva-se do termo inglês *prosumer*, que provém da junção de *producer* (produtor) + *consumer* (consumidor) ou *professional* (profissional) + *consumer* (consumidor).

<sup>18</sup> Ideia de mente coletiva, formada pela interconexão de pessoas por meio de computadores. Dessa forma, surge a atividade coletiva centrada na troca de informações, conhecimentos e interesses. Tais grupos podem não apenas resolver problemas em conjunto, como trabalhar em função de um objetivo específico.

Estes espaços são constituídos de indivíduos que se comportam de forma cooperativa, valendo-se de uma mente coletiva para solucionar problemas e mistérios relacionados à narrativa, que seriam absolutamente inviáveis de resolver sozinhos (JENKINS, 2009). Outro ponto que merece nota é a experiência de compartilhar e comparar informações, opiniões e recursos sobre a série, o que garante maior profundidade e envolvimento dos espectadores. Neste lugar em que os “habitantes” buscam entretenimento, o valor surge a partir do processo de busca de sentido e não apenas da intencionalidade dos seus autores/produtores.

Em geral, essas pessoas escolhem trabalhar no mundo do afeto, sendo reconhecidas por outras por suas contribuições e criatividade. As motivações que as levam a dispensarem tempo e afeto dentro destes espaços são sociais e intrínsecas, ou seja, a própria atividade de compartilhar informações e conectar-se a outros é a recompensa. Nesse contexto, a tecnologia tem o papel de facilitador, atendendo às necessidades sociais humanas – de participação, compartilhamento e conexão - que se ampliam mutuamente numa malha de retroalimentação. À medida que a capacidade do grupo em trabalhar junto se fortalece, ele atrai mais participantes. Aqueles que se aperfeiçoam naquilo que fazem e amam, tendem a permanecer nesta rede (SHIRKY, 2011).

(...) Por serem voluntárias, as pessoas não permanecem em comunidades que não mais satisfazem as suas necessidades emocionais e intelectuais. Por serem temporárias, as comunidades se formam e se dispersam com relativa flexibilidade. Por serem táticas, tendem a não durar além das tarefas que as impulsionam. Às vezes, tais comunidades podem redefinir seu propósito. Na medida em que ser fã é um estilo de vida, fãs podem se deslocar de uma série a outra muitas vezes na história de sua afiliação. Contudo, quando uma comunidade se dispersa, seus membros podem se deslocar para muitas direções diferentes, buscando novos espaços para aplicar suas habilidades e novas aberturas para as suas especulações, e, no processo, as habilidades espalham-se para novas comunidades e aplicam-se a novas tarefas (JENKINS, 2009, p. 92).

### 3 – Inovação narrativa e recepção

Para entender de que forma novos elementos foram introduzidos na clássica Jornada do Herói é preciso ampliar o entendimento deste recurso, que nada mais é que uma caixa de instrumentos jeitosos, ideais para a carpintaria narrativa. “Com essas ferramentas é possível construir uma história para quase qualquer situação imaginável,

uma história que, ao mesmo tempo, seja dramática, divertida e, psicologicamente, verdadeira” (VOGLER, 2006, p. 32). Essas narrativas são baseadas no funcionamento da mente humana, servindo como mapas da psique. São válidas e realistas do ponto de vista psicológico e emocional, mesmo quando retratam criaturas fantásticas e acontecimentos irrealistas. Tal fato explicaria o seu poder universal e o fascínio que pode ser sentido por qualquer pessoa, uma vez que a sua lógica está presente no inconsciente coletivo, refletindo valores comuns a todos os indivíduos.

O pensamento de Campbell ocorre paralelo ao do psicólogo suíço Carl G. Jung, que escreveu sobre os *arquétipos*, personagens ou energias, que se repetem constantemente e que ocorrem nos sonhos de todas as pessoas e nos mitos de todas as culturas. Jung sugeriu que esses arquétipos refletem aspectos diferentes da mente humana, que nossas personalidades se dividem nesses personagens, para desempenhar o drama de nossas vidas. Ele observou que havia uma notável correspondência entre as figuras que apareciam nos sonhos de seus pacientes e os arquétipos comuns da mitologia. Assim, levantou a hipótese de que ambos provêm de uma fonte comum mais profunda, o *inconsciente* coletivo da humanidade (VOGLER, 2006, p. 33).

Mas em quem se baseia a Jornada do Herói? Para começar, a história de um herói é sempre uma jornada, que parte de um mundo conhecido e seguro rumo ao desconhecido, hostil e estranho. Este novo cenário é a arena na qual ele deve enfrentar as forças que o desafiam. A jornada também pode ser da mente, do coração ou do espírito, ou ainda, de todas elas simultaneamente. A mudança do ambiente cotidiano para outro mundo especial é feita pelo chamado à aventura, que pode acontecer de inúmeras maneiras. É nesta etapa que se estabelecem as regras do jogo e fica claro para os espectadores qual é o objetivo do protagonista: conquistar um amor, um tesouro, se vingar, fazer justiça, realizar um sonho, enfrentar um desafio ou mudar de vida. Na sequência, geralmente ocorre a hesitação ou a recusa ao chamado. Até que alguma nova circunstância o faça vencer a barreira da razão ou do medo e o chamado seja atendido.

O próximo passo é o encontro com um mentor, que lhe ajudará a enfrentar o desconhecido com conselhos, orientação ou algum equipamento mágico. Conforme pontua Vogler (2006), esta é a relação mais comum e de maior valor simbólico na mitologia, pois representa o vínculo entre pais e filhos, mestre e discípulo, médico e paciente, Deus e o ser humano. A partir de então, o herói está pronto para seguir sozinho e enfrentar o primeiro limiar, na qual ele parte para enfrentar o seu desafio e a

aventura de fato tem início. Uma vez ultrapassado esse primeiro ato, o herói passa por testes e desafios, faz inimigos, aliados e começa a aprender as regras do novo mundo onde se encontra.

Finalmente, o protagonista vive o que Vogler (2006) chama de aproximação da caverna oculta, ou seja, a fronteira de um lugar perigoso onde está escondido o objeto de sua busca. Ali, ele passará pela provação de enfrentar o seu desafio supremo - a morte ou o medo mais profundo. Este é o momento crítico da história, em que herói tem que morrer ou parecer que morre para poder renascer em seguida. Esta é uma das características mais marcantes do mito heroico e também a sua fonte de magia. Neste momento, nossas emoções são temporariamente deprimidas para poderem reviver, com entusiasmo e euforia, no retorno do protagonista que escapou da morte. Após reviver e enfrentar o seu pior inimigo, é chegada a hora da recompensa, quando o herói alcança o objetivo para o qual lutou durante toda a trama.

Já no terceiro ato, o personagem principal precisa fazer o caminho de volta ao seu mundo e, para isso, precisa enfrentar as consequências de confrontar forças obscuras e vingadoras. Em meio a perigos e tentações no retorno para casa, acontece a provação final de morte e ressurreição. É quando as trevas e a escuridão fazem sua última tentativa desesperada antes que sejam definitivamente derrotadas. Nesta etapa, o herói é colocado novamente à prova, a fim de verificar se ele realmente aprendeu as lições da provação anterior. Assim, ele pode voltar à vida comum como um ser transformado e com um novo entendimento. Mas a história não tem sentido se ele não trazer consigo um elixir, quer dizer, um tesouro conquistado na busca. Pode ser o amor, a liberdade, o conhecimento, uma poção mágica capaz de curar ou apenas uma boa história para contar na volta para casa. Aqueles protagonistas que não conquistam um elixir e/ou se recusam a aprender a sua lição, estão fadados a repetir a aventura e cometer os mesmos erros que os levarão a embarcar em uma nova jornada.

Diante de tais esclarecimentos, observamos as inovações inauguradas pela série televisiva *Game of Thrones*. Em primeiro lugar, a série não possui um único herói ou protagonista e sim diversos personagens que ganham mais ou menos destaque conforme o desenvolvimento da trama. Ainda assim, há elementos comuns com a Jornada do Herói descrita por Vogler (2006): alguns personagens recebem o chamado e iniciam a sua jornada; fazem inimigos e aliados; encontram mentores; enfrentam provações e se

transformam durante o trajeto. No entanto, em GOT alguns dos heróis também morrem sem cumprir o seu objetivo - ao contrário do que ocorre nos enredos tradicionais. Neste caso, o elemento surpresa está justamente na morte do personagem que o público acreditava ser o principal da trama, o herói sem o qual a história não faz sentido.

Diante de tal fato, os espectadores se veem em um dilema: como prosseguir na jornada sem o herói principal? A opção oferecida pelos produtores da obra é a reprogramação do espectador para acompanhar a trama e torcer por outro personagem. Isso aconteceu logo no final da primeira temporada, quando o personagem Ned Stark – que até então era considerado pelos fãs o principal da história, seguido e admirado pelo grande público – foi morto, deixando os fãs da série surpresos e confusos. Na terceira e última temporada, o mesmo ocorre com o seu filho, Robb Stark, que teria substituído o pai na busca por justiça em Westeros<sup>19</sup>. Contudo, o rompimento com a jornada clássica do herói não se deve apenas a morte dos supostos protagonistas, mas também a ideia de que o bom e o justo sempre vencem no final. Uma vez que esses personagens representavam a solidez de caráter, a lealdade aos valores éticos, morais e a compaixão e o respeito pelo inimigo.

Tais elementos surpresas exigem do espectador um esforço extra para acompanhar o que pode estar por trás dessas inovações no enredo. Novas emoções são evocadas e, aqueles que decidem continuar acompanhando a jornada, buscam intenções e intrigas ocultas capazes de sustentar a reviravolta na trama – conforme observamos nos relatos dos fãs<sup>20</sup>:

Com a morte do Ned, criou-se o sentimento de vingança através da coroação do filho dele como Rei e marcha contra os traiçoeiros Lannister. (...) É meio difícil deles entenderem que a história que está sendo contada não é a da Casa Stark apenas, e pensam: "uai, se o Robb morreu, que é que vai acontecer com a história agora?". Acho que eles sentem meio que um vazio (daí esse sentimento de que a caminhada foi "em vão") (FELIPE BINI, 9 jun. 2013, via fórum).<sup>21</sup>

E sei lá, não há uma função definitiva na morte do Robb e da Cat. Claro, a morte dos dois representa a extinção da casa Stark para os

<sup>19</sup> Local onde se passa a série. Um dos três continentes do mundo ficcional, que abrange os Sete Reinos descritos na história e corresponde às nações ao sul da muralha.

<sup>20</sup> As postagens são retiradas na íntegra de salas virtuais abertas no fórum *Ice and Fire*, isto é, são apresentadas aqui na linguagem original, com erros de ortografia e com o uso de figuras de linguagem. Os participantes são identificados por nicknames escolhidos por eles, podendo ou não ter relação com sua identidade real.

<sup>21</sup> Disponível em: <<http://forum.iceandfire.com.br/showthread.php?2265-Episódio-03X09-The-Rains-of-Castamere/page4>>. Acesso em: 15 ago. 2013.

personagens naquele mundo, mas os leitores continuam com a esperança de que os Starks vão se reerguer e vingar a família como eles tinham quando o Robb estava vivo. Acho que se o CV de fato matasse todos os Starks muita gente teria parado de ler, provavelmente eu seria um desses. O autor é cruel e brutal com os personagens que vivem por altos padrões morais, mas ao mesmo tempo ele nos deixa com esperança. (FERRARO, 9 jun. 2013, via fórum).<sup>21</sup>

Sobre o episódio *Rains of the Castamere*<sup>22</sup>, no qual o personagem Robb Stark é morto, junto da sua mãe Cat, da esposa grávida Talissa e do exército Stark, um fã comenta a estratégia do autor George R.R. Martin:

(...) na parte mais antológica da série até agora, pq o obrigou, de fato, a jogar as convenções para o espaço – como “convenções” entendemos toda aquela coisa da recompensa aos bons, punição aos maus, a clássica Jornada do Herói que vence no final, a Lei de não matar (ou não bulir com) personagens (principais) cuja identificação com o leitor/espectador é forte e positiva, etc. (ESTRELISIA, 9 jun. 2013, via fórum).<sup>23</sup>

Mais adiante, a mesma fã descreve como se sentiu diante do elemento surpresa inserido pelo autor:

Martin caminha perigosamente num tipo de limiar entre a brutalidade/transgressão de convenções. (...) Mas incomoda, não vou negar, e confunde, tipo, acende uma "luzinha vermelha" de whyyyyyyy???? que, num primeiro momento, não tem explicação (ESTRELISIA, 9 jun. 2013, via fórum).<sup>23</sup>

Sobre este aspecto, 21 usuários se manifestaram entre os dias 3 e 10 de junho de 2013 no Fórum *Ice and Fire*. Ao todo, 44 posts discutem e citam - direta e indiretamente - o rompimento com a tradicional narrativa incorporada aos moldes hollywoodianos. A expressão *Jornada do Herói* foi citada quatro vezes, em referência direta as ideias de Campbell e Vogler (2006). Para acompanhar os comentários, basta seguir o seguinte caminho: Série Game of Thrones > Terceira Temporada > Episódio 03x09 - The Rains of the Castamere<sup>24</sup>.

<sup>22</sup> Assista a cena do casamento vermelho em <http://www.youtube.com/watch?v=kFiz6ls1ZVk>. Para ir direto ao trecho visualize a partir de 2'48''.

<sup>23</sup> Disponível em: <<http://forum.iceandfire.com.br/showthread.php?2265-Episódio-03X09-The-Rains-of-Castamere/page4>>. Acesso em: 15 ago. 2013.

<sup>24</sup> Se preferir, acesse o link direto <<http://forum.iceandfire.com.br/showthread.php?2265-Episódio-03X09-The-Rains-of-Castamere/page4&highlight=jornada+h%E9roi>>. Acesso em: 17 jul. 2013.

#### 4 – Considerações Finais

Se considerarmos que algo suporta diversos pontos de vista quando é bastante complexo, intrincado, organizado e objetivamente belo (LATOURE, 2012), somos levados a acreditar que a introdução de elementos inovadores na clássica Jornada do Herói contribui para a complexificação da narrativa. A quantidade de posts que discutem esse aspecto sob diferentes pontos de vista é um indício de tal proposição. Na terceira e última temporada da série GOT, o tópico que discute a quebra das convenções narrativas está entre os quatro com maior participação de fãs - dos onze que integram a sessão no referido fórum. Isso significa que a manifestação por meio de posts é 28,76% maior neste tópico do que a média dos demais na mesma temporada.

Como estratégia comercial, a inovação narrativa inaugurada pela série de TV vem alcançando bastante sucesso. A terceira temporada estreou em 31 de março e se estendeu até o dia 9 de junho de 2013. E, no mesmo mês do seu encerramento, venceu o *Critics' Choice Television Awards* como melhor série audiovisual, na categoria drama. GOT também bateu o recorde de pirataria pelo segundo ano consecutivo. É a série de TV mais pirateada do mundo em 2012 e 2013. Em menos de 24 horas após a exibição do último episódio da terceira temporada, mais de um milhão de *downloads* ilegais já haviam sido registrados, segundo o site TorrentFreak<sup>25</sup> - o que também é um indicador do seu êxito junto ao público que faz uso constante da internet.

Porém, o recrudescimento do culto, a partir da inserção de elementos antes ausentes, não pode ser medido apenas por dados quantitativos. É preciso estar atento ao movimento, ao fluxo das transformações em curso, a trajetória da complexa cadeia de acontecimentos que motiva mais consumo. Além da estratégia comercial por trás das emissoras de TV, é necessário considerar a recepção e a afetividade dos fãs da obra.

Dessa forma, entendemos que as inovações narrativas alimentam as comunidades nas quais os espectadores mais devotados se reúnem para discutir aspectos diversos da obra. É possível observar isso seguindo os rastros dos usuários que se manifestam no fórum de discussão. Pois são a partir das controvérsias, do estranhamento no contato com o novo e da diversidade de pontos de vista que a

<sup>25</sup> Fonte: <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2013/06/fim-da-terceira-temporada-de-game-thrones-bate-recorde-de-pirataria.html>. Acesso em: 14 jun. 2013. A segunda temporada já foi baixada ilegalmente 25 milhões de vezes, tornando *Game of Thrones* o programa mais pirateado de todos os tempos. Leia mais: <http://www.gameofthronesbr.com/2013/03/telegraph-entrevista-george-r-r-martin.html#ixzz2VIq2MoWw>. Acesso em: 23 jun. 2013.

comunidade se fortalece, atrai mais participantes e aumenta a participação dos seus integrantes.

As ambiguidades, mistérios e problemas observados na trama ainda ensejam o exercício da inteligência coletiva. As intrigas e possibilidades se intensificam com a inovação narrativa, a medida que aumenta a imprevisibilidade e “a sensação de que ninguém está a salvo” (HADES, 9 jun. 2013, via fórum). Aqueles que fomos levados a crer que eram os protagonistas - uma vez que seguíamos o modelo da Jornada do Herói – já não fazem parte da história. Assim, os fãs tentam desvendar as intenções do autor, o destino dos demais personagens e encontrar um padrão na história que os auxilie a prever os acontecimentos subsequentes. Surpreendidos, motivados e reprogramados para enfrentar o novo, os seguidores da obra se tornam mais focados, atentos e perspicazes.

Após a primeira fase de ambientação no mundo ficcional, a trama não suporta mais espectadores ingênuos, desatentos e eventuais. Pois estes não conseguem acompanhar os desdobramentos do enredo e logo se sentem desmotivados e desencorajados a segui-lo. Por outro lado, a complexificação da narrativa requer mais dedicação do fã, intensificando o culto à obra. A ideia do treinamento cognitivo e aprimoramento de diferentes capacidades mentais a partir do uso da televisão, jogos e outras mídias é bastante conhecida. Pesquisadores como Steven Johnson (2005) realizaram diversas pesquisas nesse sentido. Mas isso não quer dizer que todas cumpram com este propósito:

Algumas narrativas forçam você a se esforçar para compreendê-las, enquanto outras apenas o deixam acomodado no sofá e fazem que você “viaje”. Parte desse trabalho cognitivo vem do ato de acompanhar os múltiplos enredos da história e manter distintas em sua cabeça as densas linhas frequentemente entrelaçadas da trama conforme você acompanha, mas outra parte abrange o “preenchimento” do telespectador: compreender as informações que foram deliberadamente retidas ou deliberadamente deixadas obscuras. As narrativas que exigem que seus espectadores preencham elementos cruciais levam essa complexidade a um nível mais exigente. Para acompanhar a narrativa, você não deve apenas lembrar. Você tem que analisar. Essa é a diferença entre programas inteligentes e programas que forçam você a ser inteligente (JOHNSON, 2005, p. 52).

No caso específico de GOT, o ato de acompanhar um personagem preferido, o escolhido pelo espectador como protagonista – a série dá esta possibilidade aos fãs - é

acompanhado da tessitura de uma estratégia sobre o melhor caminho a percorrer para alcançar aos objetivos do personagem. É como assistir um grande jogo de xadrez, no qual se acompanha vários jogadores, se torce por um ou alguns deles, e se estuda a melhor estratégia como se você também fizesse parte do jogo. Tais desdobramentos são bastante visíveis no fórum de discussão.

No entanto, a recepção também depende do repertório de experiências e habilidades de cada um. Ao visualizar uma obra audiovisual, por exemplo, os espectadores vêm, na verdade, o seu sentido – ainda que indiretamente (FLUSSER, 1985). Isso quer dizer que quando um fã reage diante de uma cena, não o faz pela imagem em si, e sim pela visão de mundo que ela transporta. Tais relações não são imperativas ou de mão única, pois dependem do contexto, dos elementos em ação e de quem as vê.

Outros fenômenos não estão propriamente visíveis, mas podem ser percebidos através dos enunciados não discursivos. É aquilo que podemos apreender da estrutura existente, como, por exemplo, a constatação de que não se trata de um rompimento total com a ordem estabelecida anteriormente e, sim, da reformulação ou reinvenção de um modelo narrativo que busca atender os anseios de consumidores mais exigentes e midiaticamente letrados. É claro que há também a intenção de se diferenciar dos concorrentes em um mercado bastante competitivo e obter êxito comercial, mas no universo dos fãs este não é o fator preponderante – embora eles não ignorem tal fato.

A dinâmica perceptível a qual nos atemos é afetiva – a comunidade *fandom* na internet. Entretanto, nem sempre ela é encarada de maneira positiva, já que nem todos aprovam a reformulação da jornada do herói. Alguns usuários se mostram nitidamente contrariados com a nova perspectiva e preferem não fazer grandes esforços intelectuais para acompanhar a obra. Enquanto outros se apegam a um personagem e ameaçam abandonar a série, caso ele também seja morto pelo autor. Por fim, há ainda aqueles que, observando as inovações narrativas, atualizam suas estratégias a fim de desvendar quem será o próximo suposto protagonista morto. O fato é que a introdução de tais elementos provocou novas discussões e aumentou o tempo de dedicação à obra por parte de alguns fãs. O que por si só já é uma consequência da mudança inaugurada. Mas ainda é cedo para dizer se tal perspectiva será seguida por outros produtos de

entretenimento contemporâneo ou se logo também será considerada previsível e ultrapassada.

## Referências

CASTELLS, Manuel. *A galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

COSTA, Rogério. *Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva*. In: ANTOUN, Henrique (org). *Web 2.0: participação e vigilância na era da comunicação distribuída*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *Percepto, Afecto e Conceito*. In: *O que é filosofia?* Rio de Janeiro: E. 34, 1992.

\_\_\_\_\_. *Os Estratos ou formações históricas: o visível e o enunciável*. In: Foucault. São Paulo: Brasiliense, 2005.

DIDI – HUBERMAN, George. *A dupla distância*. In: *O que vemos, o que nos olha*. São Paulo: Ed. 34, 1998.

ECO, Umberto. *Seis passeios pelos bosques da ficção*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

FLUSSER, Vilém. *A filosofia da caixa preta*. São Paulo: Hucitec, 1985.

JANCOVICH, Mark et al. In: Mark Jancovich, Antonio Lazaro Reboll, Julian Stringer and Andy Willis. *Defining Cult Movies: The Cultural Politics of Oppositional Taste*. Eds. Jancovich et al. Manchester: Manchester University Press, 2003, p. 1-13.

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

LATOURE, Bruno. *Reagregando o social*. Salvador: Edufba, 2012; Bauru, São Paulo: Edusc, 2012.

MURRAY, Janet H. *Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço*. Trad. Elissa Khoury Daher, Marcelo Fernandes Cuzziol. São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003.

RANCIÈRE, Jacques. *A partilha do sensível: estética e política*. Tradução: Mônica Costa Netto. São Paulo: EXO Experimental / Editora 34, 2005.

SHIRKY, Clay. *A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

VOGLER, Christopher. *A jornada do escritor: estruturas míticas para escritores*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006.