



Game of Torrents:

manifestações de consumo e expressão
no fandom de Game of Thrones

Roberta Maurício Garcia¹
Francisco Paoliello Pimenta²

Resumo curto:

Esse projeto objetiva investigar o cenário de distribuição e consumo de ficções seriadas, focando na distribuição extraoficial, a pirataria, a partir da análise da série Game of Thrones. O estudo se direciona na possível influência da pirataria no sucesso de um produto ficcional, partindo de uma hipótese inicial de que a pirataria pode ser primordialmente uma forma de expressão do fã.

Resumo expandido:

É plausível afirmar que as formas de expressão da cultura pop têm vivido um duradouro fenômeno de ascensão. A cada ano mais investimento é feito em diferentes meios e mais consumidores são arrecadados para o mundo do entretenimento. Entre esses meios destacamos aqui as séries de tevê, que tem principal mercado, e berço, nos Estados Unidos. As séries de tevê americana foram grandes responsáveis pelo o que André Pase e Camila Saccomori (2015) chamam de “uma revolução televisiva vinculada com novos formatos de produção e consumo destes produtos”. Para eles esta revolução tem como início o sucesso da série The Sopranos, exibida no fim dos anos noventa pela HBO, o mesmo canal que hoje exibi um dos maiores sucessos televisivos do mundo, nosso objeto de estudo, a série de fantasia medieval, Game of Thrones.

No ar desde 2011, Game of Thrones, está atualmente em sua sexta temporada, e desde o seu segundo ano ostenta o título de a série mais pirateada de todos os tempos, sendo o Brasil país que lidera esses downloads ilegais. E este será nosso recorte, buscamos aqui entender como o público brasileiro se relaciona com a produção da série e principalmente, o que os leva a piratear, levando em consideração não só as características sociais do nosso país, mas também as motivações pessoais dos fãs.

Para realizar esse trabalho foram tomados três fenômenos principais dentro do campo da comunicação, sendo estes: a cultura dos fãs como método determinante para o posicionamento de marcas – ou obras, indo além de métricas simples, mas também tendo seus comportamentos e desejos considerados; e ainda a pirataria como expressão de consumo já arraigada como uma atividade cotidiana em nossa sociedade, fruto de conexões cada vez mais possíveis; e por último e mais próximo de nosso objeto, a trajetória de Game of Thrones como um dos principais frutos midiáticos desta década.

Percebemos então que é importante entender a atividade do fandom como parte influente no mercado audiovisual. Para isso é preciso lançar olhares mais imparciais para a pirataria, sem os estigmas de uma atividade ilegal, entendendo este movimento como uma ação legítima e aparentemente irreversível. Só assim será possível entender o processo. Desta maneira, para dar espaço a todas as partes do processo

¹ Discente do primeiro ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Estética, Redes e Linguagens.
E-mail: rampinii@hotmail.com.

² Professor(a) orientador(a). E-mail: paoliello@acessa.com



de distribuição de material audiovisual na atualidade, traremos debates de autores que foquem no mercado e no sistema legislativo, como um dos principais estudiosos e ativistas da cultura livre, Lawrence Lessing.

Para isso iremos aplicar pesquisas, uma primeira já foi feita em 2015 e registra a relação dos espectadores de Game of Thrones com os episódios vazados no início da quarta temporada. Tal pesquisa ainda quantificava o conhecimento dos espectadores sobre como acessar os episódios pela internet. Em 2016 a pesquisa foi refeita em 2016, dessa vez focando em outros dois episódios vazados, nessa segunda pesquisa dados sobre acesso a HBO, pela televisão, também foram adquiridos. Pretende-se repetir a pesquisa em 2017, a fim de comparar os dados de três anos seguidos. Uma quarta pesquisa, também será aplicada, procurando entender o relacionamento dos fãs com a série, com spoilers e teorias sobre a trama, buscando respostas de caráter mais emocional do que comercial.

Assim objetivamos procurar respostas para a nossa principal hipótese: a pirataria pode ser percebida como uma forma de expressão e participação do fandom, possivelmente se mostrando como uma ferramenta complementar, ainda que informal, no relacionamento entre o produtor e o espectador de uma série de tevê, ganhando assim aspectos de interesse econômico?

Referências

BELISÁRIO A., TARIN B., **Copyfight: Pirataria e Cultura Livre**, Cidade, Azougue Editorial, 2013.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

_____. **Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture**. New York. Routledge, 2012.

LESSING, L., **Cultura Livre: como a grande mídia usa a tecnologia e a lei para bloquear a cultura e controlar a criatividade**. São Paulo: Trama, 2004.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo, Ed. 34, 1999.

_____. **Inteligência Coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo, Ed. Loyola, 2003.

PASE, André Fagundes e SACCOMORI, Camila. **Cultura Pop: Significações da prática e do consumo de spoilers de seriados americanos: estragando (ou não) a surpresa da narrativa**. Salvador: EDUFBA, 2015. 296 p.

SANDVOSS, C., **Fan The Mirror of Consumption**, Polity Press, 2005.

_____. GRAY J., HARRINGTON L., **Why Study Fans? Fandom: Identities and Communities in a mediated world**, New York, NYU Press, 2007.

SOLA POOL, I., **Technologies of Freedom**, Harvard University P, Cambridge, 1984.