



Comunicação Midiática

Revista Comunicação Midiática
ISSN: 2236-8000
v. 12, n. 3, p. 113-128, set./dez. 2017

**“Game of Spoilers”:
Disputas no Consumo da Ficção Seriada Televisiva**

**“Game of Spoilers”:
Disputas en el Consumo de la Ficción Seriada Televisiva**

**“Game of Spoilers”:
Consumption Disputes in Fictional Television Series**

Mayka Castellano

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do Departamento de Estudos Culturais e Mídia da Universidade Federal Fluminense. Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro, onde também realizou um pós-doutorado. maykacastellano@gmail.com

Melina Meimaridis

Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. Mestre pela mesma instituição. melmaridis@hotmail.com

Marcelo Alves dos Santos

Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. Mestre pela mesma instituição. malvesjor@gmail.com

RESUMO

O termo spoiler é comumente definido como uma informação relevante da narrativa que é revelada precocemente. Nesse trabalho, examinamos a repercussão no Twitter dos spoilers ao episódio "Mother's Mercy", da quinta temporada de *Game of Thrones* a partir da análise de conteúdo de conversações geradas no site no dia 14 de junho de 2015, quando foram coletados 207 tweets. Argumentamos que a diferença entre um texto midiático original e uma adaptação é uma variável fundamental para condicionar as reações dos consumidores. Observações exploratórias apontaram que, para além de disputas internas comuns em comunidades de séries televisivas causadas pela divulgação de spoilers, *Game of Thrones*, por se tratar de uma adaptação literária, proporciona o embate entre dois tipos de consumidores: os que leram os livros e detêm conhecimento do que irá acontecer na série televisiva e os que lidam apenas com a narrativa da TV.

Palavras-chave: Spoiler. Consumo. *Game of Thrones*. Obras adaptadas.

RESUMEN

El término spoiler se define comúnmente como la información relevante de la narrativa que se revela de forma prematura. En este trabajo, se analiza el impacto de los spoilers para el episodio "Mother's Mercy", de la quinta temporada de *Game of Thrones* en Twitter; a partir del análisis de contenido de las conversaciones desarrolladas en el propio sitio durante el día 14 de junio de 2015, momento en el que fueron colectados unos 207 tweets en total. Se argumenta que la diferencia entre un texto mediático original y una adaptación es una variable importante que condiciona las reacciones de los consumidores. Observaciones preliminares indicaron que, más allá de las disputas internas comunes a comunidades de series televisivas causadas por la divulgación de spoilers, *Game of Thrones*, como adaptación literaria, propicia el choque entre dos tipos de consumidores fundamentales: los que han leído el libro y detienen el conocimiento de lo que sucederá en la serie de televisión y los que consumen exclusivamente la narrativa de la TV.

Palabras clave: Spoiler. Consumo. *Game of Thrones*. Obras adaptadas.

ABSTRACT

Spoilers are defined as a piece of relevant information about a narrative plot, which is revealed prematurely. In this paper, we examine the impact of spoilers on Twitter through content analysis of the generated conversations on 14 June 2015, from which was collected 207 tweets concerning the episode "Mother's Mercy," from the fifth season of *Game of Thrones*. We argue that a key variable in conditioning fans' reactions to spoilers, relies in the difference between original screenplays or adapted works from other media narratives. Exploratory observations pointed out that apart from common infighting in television series communities caused by spoilers, *Game of Thrones* allows a distinct type of controversy. Because the show is a literary adaptation, it provides the clash between two types of consumers: those who read the book and bear the knowledge of what will happen in the television series, and those who only watch the television show.

Keywords: Spoiler. Consumption. *Game of Thrones*. Adapted Works.

Introdução

Jon Snow morre no final da quinta temporada de *Game Of Thrones*.

Para um indivíduo alheio às histórias de “Westeros” essa informação pode passar despercebida. Já para os consumidores da série e dos livros ligados a esse universo narrativo, e que estão há anos acompanhando as disputas pelo “Trono de Ferro”, o spoiler acima pode prejudicar a experiência da fruição. Essa constatação tem influenciado diretamente as dinâmicas dos espectadores nas redes sociais, a sociabilidade gerada no interior das comunidades de fãs e, também, o próprio posicionamento dos agentes ligados à produção e distribuição dos conteúdos midiáticos. Em 2016, pela primeira vez, a HBO, emissora produtora da série, não enviou *screeners*¹ dos primeiros episódios para jornalistas e críticos², com o objetivo de controlar possíveis vazamentos e *spoilers* nas mídias sociais. A decisão veio após inúmeros episódios terem sido divulgados à revelia do canal ao longo da quinta temporada³.

O termo *spoiler*, apesar de ter se popularizado nos últimos anos, não é uma invenção atual. Ele é definido como uma “informação que adianta um final ou um ponto importante” de uma narrativa (Pase; Saccomori, 2015, p. 189). Recorrentemente, produtores enviam breves sinopses sobre os principais acontecimentos dos episódios da semana para jornalistas publicarem em jornais e revistas, como forma de atrair público e gerar curiosidade nos consumidores das séries. Podemos afirmar que os “promos”⁴ exibidos pelos canais também cumprem essa função (Gray, 2010). Nota-se que tanto essas sinopses quanto os “promos” são elaborados pela produção do canal, o que garante o monitoramento das informações que serão transmitidas. Entretanto, com o surgimento da internet e a popularização das mídias sociais, muitos produtores e roteiristas têm perdido o controle da circulação de informações-chave do roteiro (Gürsimsek; Drotner, 2014), a partir do momento que, por exemplo, fãs visitam *sets* de filmagem e compartilham imagens e informações das produções *online* (Jenkins et al, 2013).

Nos últimos anos, a questão da produção e da circulação de *spoilers* tem chamado atenção de diversas áreas do conhecimento, como, por exemplo, a ciência da computação (Boyd-Graber et al, 2013), a psicologia comportamental (Rosenbaum; Johnson, 2015), e claro, a comunicação (Baym, 2000). Obviamente, essa variedade de áreas gera análises que, além de partir dos mais distintos objetos □ séries televisivas (Gürsimsek; Drotner, 2014), quadrinhos (Hassoun, 2013), jogos esportivos (Nakamura; Komatsu, 2012) □, abordam o tema a partir de interesses específicos.

Além da recente inserção no ambiente acadêmico, a discussão sobre *spoilers* têm adentrado, também, o senso comum. O crescimento do consumo de ficção seriada televisiva no mundo todo e, particularmente, no Brasil, trouxe o termo para o nosso vocabulário corrente. Nas conversas cotidianas, a prática de revelar informações sobre as narrativas é vista majoritariamente como algo ruim. Nesse trabalho, optamos por lidar com os *spoilers* a partir de uma perspectiva empírica mais ampla. Partimos do princípio que a reação dos consumidores aos *spoilers* não deve ser determinada *a priori* como universalmente negativa. Recentemente, algumas análises já indicaram um engajamento positivo com esse tipo específico de paratexto (Gray; Mittell, 2007; Redmon; Meimaridis; Dos Santos; Oliveira, 2015). Entre as categorias multidimensionais gerais que influenciam esta dinâmica, este artigo explora um fenômeno bem específico. Argumentamos que o formato da narrativa (se é um

roteiro original ou adaptado de outra mídia) é uma variável fundamental para condicionar as reações dos consumidores ao *spoiler*. Nesse sentido, esse trabalho busca testar essa hipótese com uma análise da repercussão no Twitter dos *spoilers* do episódio “*Mother’s Mercy*” (t05:ep10) de *Game of Thrones* (Hbo, 2011-Presente). Para isso, conduzimos um estudo de análise de conteúdo a partir das conversações geradas no Twitter no dia 14 de junho de 2015, data da exibição mundial na HBO. Foram coletados 207 *tweets* em português, filtrados para explorar as controvérsias em torno do formato da narrativa.

Spoiler Alert!

Spoilers são, hoje, um tema frequentemente debatido nas mídias sociais. É comum encontrar notícias na imprensa repercutindo as reações de fãs à disseminação de informações-chave sobre o roteiro de séries televisivas (Baym, 2000; Harrington, 2014). Até mesmo na mídia massiva já vemos a abordagem do assunto: em janeiro de 2016, o programa “Tá no ar: a TV na TV” (Globo) exibiu um clipe-paródia da música “*Royals*” da cantora Lorde. Na versão cantada por Marcelo Adnet e intitulada “*Lorde of the Ends - Spoiler*”, há a revelação sobre eventos importantes de filmes, *reality shows*, novelas e séries, dentre elas *Game of Thrones*, com direito a uma extensa lista dos personagens que morrem na trama⁵.

Na academia, o *spoiler* já despertou a atenção de pesquisadores que atuam na área de convergência entre televisão, ficção seriada, cultura fã e internet (Brozek, 2013; Perks e McElrath-Hart, 2016). No entanto, o arcabouço teórico e as investigações empíricas sobre este fenômeno ainda estão em fase de amadurecimento. Em geral, as perspectivas teóricas estão preocupadas em dar respostas a um questionamento essencial: se os *spoilers*, de fato, estragam a experiência de consumo ou engajam ainda mais os espectadores.

Entendemos, contudo, que este foco oculta diversas faces do problema. Isso porque o processo de atribuição de sentido durante a recepção é extremamente complexo e condicionado, no mínimo, por fatores sociais e subjetivos (Baym, 2000). Dificilmente análises desse tipo podem ser universalizadas. Neste artigo, buscamos compreender as relações entre os consumidores de séries e *spoilers* de obras adaptadas a partir de postagens no Twitter. A força explicativa de nossa abordagem reside no entendimento de que, a partir dos *spoilers*, podemos elaborar uma contribuição teórica capaz de investigar práticas específicas das dinâmicas criativas desses consumidores, como as diferentes temporalidades de recepção e as disputas no interior de um *fandom*⁶. Realizaremos um breve percurso sobre a literatura especializada para apresentar nosso argumento.

Desde a origem etimológica, *spoiler* carrega um sentido negativo. A tradução mais rápida é a de algo que estraga a experiência da fruição de um texto antes de sua recepção. Nessa linha de entendimento, toma-se como premissa que os *spoilers* possuem um efeito negativo sobre a recepção das narrativas. Todavia, observações sistemáticas logo indicaram que muitos consumidores contrariavam essa expectativa, por diversas razões (Gray e Mittell, 2007; Perks e McElrath-Hart, 2016). A recepção negativa e a função de “estragaprazeres” passou, assim, de uma premissa a um questionamento.

Em estudo pioneiro, Gray e Mittell (2007) argumentam que os fãs de *Lost* poderiam se relacionar de formas distintas com esse tipo de paratexto. Alguns evitavam entrar em contato com *spoilers*, enquanto outros tinham postura ativa de procurar pistas sobre futuros acontecimentos da série. Os autores apontam que alguns desses fãs liam *spoilers* intencio-

nalmente, com o objetivo de prestar mais atenção durante a fruição do episódio (2007, p. 12). O *spoiler* teria, assim, uma função de preparação e contextualização da audiência, complementando a percepção das audiências em relação ao roteiro. Já Levitt e Christenfeld (2014) conduziram experimentos com controle psicológico em laboratório para testar as reações a *spoilers* de mistérios policiais. Seus resultados indicam que indivíduos que consomem essas informações com antecedência dedicam maior grau de atenção a narrativa, visto que eles sabem de antemão o que vai acontecer, mas não como.

Por outro lado, Baym (2000), em pesquisa sobre práticas *online* de fãs de novela, indica uma lógica oposta, que pode ser percebida na seguinte declaração de uma fã entrevistada pela autora: “Se existe um *spoiler* e eu já sei o que vai acontecer, eu me sinto mais livre para fazer as tarefas de casa enquanto estou assistindo” (p. 88). De fato, o escopo teórico e os resultados de investigações empíricas sobre este questionamento são ou inconclusivos ou conflitantes. Acreditamos que isso se deva à natureza complexa do fenômeno, ao desenho de pesquisa e às escolhas de chaves de leitura para a apreciação do objeto.

Nesse sentido, Johnson e Rosenbaum (2014) entendem que isso se deve a diferenças nas ferramentas teóricas que são mobilizadas para analisar e explicar os fenômenos. Segundo eles, a perspectiva guiada pelo “paradigma da compreensão” sugere que os *spoilers* possuem uma função didática, isto é, aumentam a apreciação porque guiam o espectador por uma linha de entendimento da narrativa. Em contraposição a isso, o escopo teórico da “transferência da excitação” sugere que os *spoilers* estragam a incerteza e o suspense, essenciais para a experiência de fruição da audiência.

O problema mais geral destes estudos sobre as dinâmicas de fruição dos *spoilers* é o escopo. Na prática, focam num ponto demasiadamente específico, a saber, como as audiências se engajam com as obras depois de receber uma informação fora da ordem pretendida pelo roteiro. Entendemos que a discussão precisa ser enquadrada em termos mais amplos, e propomos, neste artigo, uma abordagem que tem como foco sua interface com o consumo televisivo. Para isso, investigamos dinâmicas de fãs ao assistir e receber *spoilers* de obras adaptadas, lançando luz sobre fenômenos que não são explorados especificamente pela bibliografia especializada da área, com as disputas engendradas pelas diferentes temporalidades de recepção.

Disputa, temporalidade e hierarquia dos meios

As comunidades de fãs são grupos particularmente propensos a contendas por legitimidade. Os mais diversos agrupamentos de fiéis consumidores de artefatos culturais são constantemente atravessados por querelas que muitas vezes se manifestam a partir da exibição de capital subcultural, termo cunhado pela autora canadense Sarah Thornton (1995). O conceito aparece alinhado à ideia de capital cultural, desenvolvida por Bourdieu (2007), mas focado nas questões de distinção que ocorrem no interior das subculturas juvenis. Se o capital cultural se manifesta pelo conhecimento acumulado através de uma boa formação escolar e do convívio com os elementos culturais valorizados, desde a infância, o capital subcultural funcionaria da mesma forma que o cultural, porém aplicado em situações diferentes, onde o acúmulo de conhecimento não passa necessariamente pela erudição, mas pela desenvoltura ao se lidar com práticas em relação à sociedade de consumo que escapem

do comportamento “normal” do público *mainstream*, categoria imaginada, abstrata, que serve para, por oposição, dar sentido ao grupo.

Embora não possam ser descritos exatamente como subculturas, os *fandoms* que se articulam em torno de produtos culturais, artistas, estilos musicais etc. adotam, com bastante regularidade, práticas e motivações que podemos definir como subculturais. Nesse sentido, tornou-se corrente a adoção do termo capital subcultural na análise da sociabilidade verificada no interior dessas comunidades⁷ (Jenkins, 2009; Castellano, 2011; Campanella, 2012; Recuero; Amaral; Monteiro, 2012). No caso de consumidores das séries televisivas, nosso objeto neste artigo, as disputas em torno da legitimidade passam por diversas questões, desde o tradicional conhecimento dos mínimos detalhes envolvidos na produção, na própria narrativa e em todo entorno discursivo associado ao produto, como, também, a tópicos específicos ligados a esse tipo de artefato, como, por exemplo, a temporalidade da fruição.

Ao analisarmos o consumo de séries em um contexto de ampla variedade de formas de acesso ao conteúdo televisivo, precisamos lidar com o fato cada vez mais verificável de que, dentro de uma mesma comunidade de espectadores, pessoas irão adotar práticas de assistência bastante distintas. No caso de *Game of Thrones*, levando em consideração apenas os indivíduos que estão “em dia” com a série, é possível dizer que alguns assistirão aos episódios no momento de sua exibição global pela HBO, enquanto outros precisarão encontrar links de *streaming* “pirata”, baixar os arquivos com algum atraso em sites de *torrent*, esperar algum amigo disponibilizar o arquivo etc. O cenário televisivo contemporâneo, no entanto, é marcado por uma complexidade ainda maior. Tendo em vista que somente no ano de 2015 mais de 400 séries⁸ foram exibidas na televisão americana ou em serviços de *streaming*, muitos telespectadores, imersos na chamada cultura das séries (Silva, 2014), precisam lidar com a dificuldade de acompanhar todas suas produções prediletas no ritmo proposto pelos canais oficiais de transmissão.

Portanto, em uma conjuntura que apresenta a televisão-arquivo (Newman, 2012) como uma realidade cada vez mais comum na prática de assistência de séries, um mesmo *fandom* tende a agrupar pessoas que acessam aquele universo em momentos distintos e que, conseqüentemente, vivem diferentes temporalidades associadas ao acompanhamento daquela narrativa. Some-se a isso o fator “obra adaptada”, que verificamos no caso de *Game of Thrones*, e temos a receita para uma controvérsia perene sobre a questão dos *spoilers*.

A questão do capital subcultural dentro da comunidade de fãs de *Game of Thrones* ganha uma característica ainda mais problemática no Brasil por esbarrar em questões de capital para além do campo simbólico. Embora os serviços de televisão paga tenham tido um expressivo crescimento no país nas últimas décadas, esses ainda são restritos a uma parcela relativamente pequena da população. De acordo com dados publicados pelo Obitel (Observatório Ibero-americano de ficção televisiva) em 2015, o número de pessoas com televisão paga chegou a apenas 20 milhões naquele ano, em um país que tem uma população de mais de 200 milhões. As explicações para a pequena aderência da TV paga no Brasil giram em torno da grande importância que as redes de televisão aberta ainda têm no país e do alto preço cobrado pelo serviço, que coloca o Brasil no topo da lista dos países com televisão paga mais caras do mundo (Lópes; Gómez, 2015).

Assim como nos Estados Unidos, o canal HBO integra, no Brasil, apenas os pacotes premium da televisão paga, logo, os mais caros, que atingem uma parcela ainda menor

da população. *Game of Thrones*, embora seja exibida pelo canal, caiu nas graças de muitos brasileiros. A página da série no Facebook, por exemplo, conta com quase 800 mil membros. No país, a obra é consumida muitas vezes por meios não-oficiais, como em sites de *streaming* “pirata” e através de *download* ilegal. Assistir dessa forma implica, na maioria das vezes, não conseguir acompanhar a série ao mesmo tempo da transmissão oficial da HBO, o que acaba complicando ainda mais a situação da circulação dos *spoilers*. É interessante, nesse sentido, como as contendas sobre *spoilers* no Brasil, especificamente os de *Game of Thrones*, são circundadas por questões ligadas ao capital subcultural, relativas a questões mais simples como “quem conhece mais as histórias” ou “quem tem as melhores teorias sobre o desenvolvimento da narrativa”, mas também, de forma mais direta, ao poder aquisitivo.

Metodologia

As mídias sociais são espaços de sociabilidade e relacionamento apropriados por comunidades de consumidores para criação de conteúdo e debate sobre séries televisivas em rede e tempo real (Deller, 2011). Em específico, o Twitter reconfigura dinâmicas de espectralidade por meio do fenômeno das múltiplas telas e da TV social, na medida em que oferece “oportunidades para os usuários se conectarem com outros usuários em tempo real e se engajarem em uma discussão comunal ao vivo e não moderada sobre programas televisivos” (Harrington, 2014, p. 240). Nesse sentido, Brozek (2013, p. 32) mostra como os fãs participam de redes de conversação abertas no Twitter utilizando-se de forma estratégica de *hashtags* como forma de dar visibilidade e “procurabilidade” (*searchability*) aos debates. “Fãs lutam para se tornar parte de uma comunidade que discute o show e não quer ser deixada de fora das discussões em tempo real, participando a partir de *hashtags* geradas em rede” (Brozek, 2013).

Do ponto de vista da pesquisa acadêmica de cunho empírico e orientado por dados gerados espontaneamente, o Twitter tem uma especificidade no que diz respeito ao aspecto aberto de sua plataforma para coleta de dados. Gaffney e Puschmann (2014, p. 64) explicam que grandes quantidades de dados podem ser coletadas com diversas finalidades. Contudo, muitos trabalhos possuem abordagens que exploram volumes vultosos de informação a partir de métricas padronizadas que possuem pouco poder explicativo. “Um estudo ideal deve ser bem fundamentado em um conjunto específico de questões de pesquisa e coletar os dados de acordo com isso”.

Nesse sentido, utilizamos o aplicativo NodeXL⁹ para coletar *tweets* produzidos em tempo real durante a exibição e nas horas posteriores ao décimo episódio da quinta temporada de *Game of Thrones*, “*Mother’s Mercy*”, na noite do dia 14 de junho de 2015. O NodeXL dá acesso a buscas pela *Search Application Programming Interface* (API) do Twitter. O banco de dados desse artigo foi composto inicialmente por buscas de *tweets* em português brasileiro que mencionavam, simultaneamente, as palavras-chave “*Game of Thrones*”, “#GOT” e “*spoiler*”¹⁰. Em seguida, filtramos a amostra pelos *tweets* que mencionavam “*spoilers*”, “leitura” ou “livros”, resultando em um banco de 207 *tweets*¹¹.

Ressaltamos que a análise conduzida neste artigo não pretende generalizar considerações sobre como os consumidores brasileiros debatem *spoilers* de séries televisivas nas mídias sociais. Nosso objetivo é elucidar como espectadores da série *Game of Thrones* e leito-

res dos livros da saga discutem e lidam acerca da questão dos *spoilers* nesses ambientes, onde são obrigados a “conviver”, a despeito dos diferentes ritmos de fruição de um mesmo universo narrativo.

Realizamos análises qualitativas deste banco de dados com a finalidade de tensionar as problematizações teóricas deste artigo e ilustrar empiricamente como os consumidores de *Game of Thrones* disputam sentido nas mídias sociais. Desenvolvemos uma análise que foca na dimensão da repercussão do episódio pelas redes de conversação no Twitter, de acordo com critérios elencados por Lycarião e Dos Santos (2016). Observamos o banco de dados de acordo com os seguintes pontos: 1) como os consumidores discutem os *spoilers* de *Game of Thrones* no Twitter? 2) Quais as disputas do *fandom* em relação ao tempo e ao espaço dos *spoilers*? 3) Quais conflitos que emergem acerca dos meios de consumo?

Game of Spoilers

Game of Thrones é baseada no romance “As Crônicas de Gelo e Fogo” (1996), escrito por George R. R. Martin. A história narra a disputa sangrenta entre os “Sete Reinos” pela posse do trono de ferro. A produção televisiva foi desenvolvida por David Benioff e D.B. Weiss em 2011 para o canal a cabo HBO, e tem conquistado prestígio por parte da crítica e dos fãs. É exibida nos EUA e no resto do mundo simultaneamente desde 2015, graças a uma estratégia da emissora para lidar com o incômodo título de série “mais pirateada da televisão”¹². Como já comentamos, a situação é particularmente problemática no Brasil, responsável pelo maior número de downloads ilegais da obra no mundo¹³.

Por tratar de uma sangrenta guerra entre reinos, *Game of Thrones* é conhecida por matar personagens de grande importância, característica presente também nos livros de Martin. Em junho de 2015, a série chocou seus fãs ao terminar o episódio da quinta temporada, intitulado “*Mother’s Mercy*”, com um dos principais personagens, Jon Snow, sendo esfaqueado. Devemos notar que, antes mesmo de o episódio ser exibido, a morte já era aventada pelos fãs, pois quatro imagens da cena vazaram na internet alguns dias antes¹⁴. Dentre elas, uma delas exibia Jon Snow deitado no chão, rodeado por sangue, enquanto outra mostrava o personagem na mesma posição, porém com os olhos brancos e aparentemente sem vida.

Assim, antes mesmo de ir ao ar, o episódio já motivava debates, uma vez que, para os consumidores da série, a notícia de uma possível morte de Jon Snow era considerada um grande *spoiler* do final da temporada. Essa informação, contudo, não era necessariamente nova para os indivíduos que leram o quinto livro de Martin, publicado em 2011, já que a obra termina da mesma forma.

Através de uma análise qualitativa dos *tweets* coletados no dia 14 de junho de 2015, mapeamos duas principais discussões realizadas nessa rede social a respeito da série e dessa informação específica, considerada por alguns como *spoiler*. A primeira se refere ao choque entre duas perspectivas distintas – uma espacial e outra temporal – em relação à produção e à circulação de *spoilers*. Os indivíduos que se utilizam da perspectiva temporal buscam estipular algum parâmetro de tempo que seria considerado “respeitoso”: após esse período, estaria liberada a circulação de *spoilers*. Por outro lado, o critério espacial é utilizado por pessoas que defendem a existência de lugares “adequados” para a circulação do paratexto. Já a segunda envolve os embates entre dois tipos de consumidores: os que além de acom-

panhar a produção televisiva também leram os livros, e sabem, por isso, com antecedência o que irá acontecer na série, e os que consomem apenas a versão contada pela HBO.

1) Perspectiva temporal vs espacial

Considerando as especificidades do atual contexto televisivo, marcado pela plena acessibilidade a produções atuais e antigas, e por inúmeras tecnologias que permitem o consumo de séries fora do horário de exibição, na lógica do *time-shifting* (Sodano, 2012), a questão da produção e da circulação de *spoilers* tem gerado calorosos debates dentro dos mais variados grupos. Tais contendidas são pautadas por um esforço, tanto pelo lado dos espectadores quanto por parte da crítica, em estipular “códigos de etiqueta” relacionados ao paratexto. Uma simples busca no Google revela inúmeros artigos sobre o assunto, como por exemplo: “*Spoilers: The Official Vulture Statutes of Limitations*”¹⁵ ou “*Are you a Game of Thrones blabbermouth? The 10 rules of spoiler etiquette*”¹⁶. Em linhas gerais, esses códigos podem ser definidos a partir de dois critérios distintos que centralizam os debates: tempo e espaço.

Para os fãs e críticos que defendem a lógica temporal, existiria um período de tempo considerado respeitoso, durante o qual ninguém deveria soltar um *spoiler*, de forma a não comprometer a experiência dos “atrasados”, que teriam, assim, a oportunidade de consumir a narrativa sem antes ter contato com revelações importantes. Após esse momento, os fãs poderiam produzir e circular *spoilers* à vontade, com a consciência tranquila. Essa lógica pode ser notada nos seguintes *tweets*:

tbm acho! tbm fico puta com quem vê episódio novo em tv fechada e ja sai fazendo *spoiler*, porram nem chegou no site ainda

gria fazer vários comentários sobre essa *season finale* mas n qro dar *spoiler* então vo esperar uns dias

Apesar de o critério ser bem claro, há ainda uma dificuldade em estipular uma duração exata desse período, visto que existem variáveis que devem ser levadas em consideração, como, por exemplo, a disponibilização da série na televisão americana e na brasileira, se a série ainda está sendo transmitida ou se já foi encerrada, dentre outras. Enquanto não existe um consenso entre os consumidores de séries, defensores da lógica espacial criticam a impossibilidade de se determinar um prazo “aceitável” para a circulação dos *spoilers*. Um exemplo é o *tweet* “‘Ain a bíblia tem 2000 anos se eu falar que Jesus morre é spoiler então?’ Fia, se tu quer ir pro ad analogium com um livro sagrado, MELHORE”, que satiriza a lógica temporal. Tendo em vista as críticas a essa perspectiva e a dificuldade de se estabelecer qual seria, afinal, o tempo ideal de espera entre a divulgação de um episódio/texto e a liberação da prática do *spoiler*, a lógica espacial tem ganhado força no debate.

O critério de espacialidade é utilizado por aqueles que defendem “lugares apropriados” para a circulação das informações. Assim, publicar um *spoiler* em um grupo restrito de fãs de *Game of Thrones* pode ser adequado, mas escrever no Twitter, onde qualquer pessoa pode acabar tendo acesso, seria inaceitável. Assim, a proposta é restringir o paratexto a determinados espaços, onde os indivíduos teriam a opção de acessar ou não os *spoilers*, sem pegá-los por tabela na *timeline* de sites como Facebook, Tumblr ou Twitter. A questão da “livre circulação” dos *spoilers* é tão importante que usuários frequentemente deixam de aces-

sar as plataformas de redes sociais com medo de pegar um *spoiler* indesejado, como pode ser visto nos seguintes *tweets*:

Depois das 22h não vai dar pra entrar mais aqui pra não correr o risco de ler *spoiler* do último episódio de *Game of Thrones*.

SAI DAQUI VC N PODE VER SPOILER

daqui a pouco começa got e eu vou sair do tt por motivos de não querer *spoiler*

quando começar a sf de got vou ate sair pq chove *spoiler*

O caso brasileiro, com as características de acesso à série que já comentamos, torna as questões ligadas a tempo e espaço ainda mais complexas. Embora a HBO exiba *Game of Thrones* ao mesmo tempo em todo o mundo, boa parte dos consumidores brasileiros só tem acesso ao episódio depois que ele é disponibilizado em sites ilegais de acesso por *streaming* ou via *download*. A questão é que muitas vezes os links para acesso a esses sites circulam nas próprias comunidades que reúnem fãs em mídias sociais como o Facebook, e, como afirmamos, costumam ser encaradas como território livre para *spoiler*. Assim, para conseguir acesso rápido aos episódios e não ficar muito atrasado em relação ao cadenciamento oficial da HBO, os espectadores brasileiros precisam se arriscar em áreas “perigosas”.

A questão da coexistência de diferentes temporalidades dentro de um mesmo grupo de consumidores, no entanto, é uma questão global. Com a intenção de “proteger” os usuários enquanto eles usufruem da internet, diversos navegadores e plataformas estão desenvolvendo extensões e plug-ins como Declutter¹⁷ (Twitter) or Proxlet¹⁸ (Chrome) para bloquear *spoilers* indesejados, sem que a pessoa tenha que se privar das redes sociais. Em 2015, a Google comprou uma patente para um “filtro *anti-spoilers*”, que esconderia determinadas informações assim que o usuário acessasse qualquer site¹⁹. Enquanto tais mecanismos não funcionam a contento, comunidades e páginas que reúnem fãs brasileiros de séries televisivas buscam alternativas para lidar com isso, como o estabelecimento de claras políticas de postagem de *spoiler*, que vão da total proibição à plena liberdade, sempre usando como parâmetro a exibição oficial da HBO. Há, ainda, a indicação de lugares específicos dentro da própria página onde novidades e especulações seriam bem-vindas, como em comentários a postagens selecionadas, além de regras mais elaboradas como a proibição de postagem de frames com momentos importantes ou a exigência de colocação de avisos no início dos textos com o indefectível “alerta de *spoiler*”.

2) *Fanboys e Book Whores* – Disputa entre meios

É inegável a importância que a internet, e principalmente os sites de redes sociais, tem na articulação dos mais variados grupos de fãs (Jenkins, 2009; Castellano, 2011; Campanella, 2012; Recuero; Amaral; Monteiro, 2012). No entanto, ao mesmo tempo em que ajuda a dar forma à comunidade, a rede desestabiliza esses grupos, ao pôr em contato indivíduos que não compartilham as mesmas expectativas e abordagens a respeito de questões

como os *spoilers*. A confusão gerada no Twitter no dia em que foi ao ar o episódio “*Mother’s Mercy*” deixa isso claro.

Embora *Game of Thrones* seja uma série conhecida por matar personagens queridos pelo público, a morte de Jon Snow foi particularmente sentida pelos espectadores. O problema é que se, para alguns, esse fato “chocante” só foi conhecido no dia 14 de junho de 2015, boa parte dos seguidores do universo criado por George Martin conhecia o desfecho desde 2011, ano de lançamento de “*A Dance with Dragons*”, quinto livro da série literária. O principal imbróglio sobre esse assunto gira em torno, justamente, dessa questão: pode ser considerada *spoiler* a revelação sobre uma história que já estava à disposição do público quatro anos antes de ir ao ar? Para parte expressiva dos consumidores da série, sim:

“Não quer *spoiler* vai ler os livros” Se continuar me dando *spoiler* vou te dar um *spoiler* do que vai estar escrito na sua lápide, miserável

Ain mas i livro foi escrito a cinquenta anos mimimi não é *spoiler*”. *Spoiler* é você contar a história para alguém que não sabe, FIM!

Serio, se tem alguma coisa que me dá ódio é gente que já leu o livro e fica soltando *spoiler* da serie, na boa? Vá tomar no cu

Gente que dá *spoiler*, seja de série, filme ou livro: tomara que morra da forma mais cruel e lenta possível

De uma maneira geral, os que se incomodam com a revelação de informações dos livros são os que acessam o universo narrativo de *Game of Thrones* apenas através da série televisiva, embora seja possível perceber uma certa “etiqueta de *spoilers*” mesmo entre aqueles que leram a versão impressa: “Eu gostaria muito de dar *spoiler* de GoT pra quem não leu os livros, mas princípios da ética NSUC (Não Ser Um Cuzão) me impedem”.

Do ponto de vista da disputa por legitimidade dentro da comunidade de fãs de *Game of Thrones*, é perceptível que os leitores da saga reivindicam uma posição privilegiada, que pode ser justificada por diversos motivos, muitas delas associadas a questões ligadas à posse de um tipo específico de capital subcultural: 1) O primeiro livro, “*A Game of Thrones*”, foi lançado em 1996, ou seja, 15 anos antes de a série homônima da HBO estrear²⁰. Embora muitos leitores só tenham buscado a obra literária depois de conhecer a saga pela TV, é certo que alguns deles, “fãs de raiz”, podem requerer créditos por já serem seguidores da história há bem mais tempo do que os neófitos televisivos; 2) Até a sexta temporada, todos os livros foram lançados (bem) antes de as temporadas correspondentes irem ao ar. Levando isso em consideração, os consumidores que leram os livros antes (independentemente de serem ou não antigos aficionados pela história, como levantado no item 1, adquiriram esse conhecimento de maneira prévia, o que por si só já garantiria uma “pontuação extra” na batalha por capital subcultural. 3) Por fim, talvez o mais prolífico ponto seja a questão de o livro, artefato cultural ligado à noção de belas artes, ostentar um valor cultural mais elevado do que o produto televisivo. Por esse ponto de vista, o indivíduo que acessa a narrativa de *Game of Thrones* através da literatura teria maior legitimidade dentro dessa comuni-

dade, pois o livro seria mais importante do que a série, não só por uma questão cronológica, mas ligada à *natureza* do próprio meio.

A quinta temporada de *Game of Thrones*, além de ter matado Jon Snow, também ficou conhecida por trazer muitas modificações em relação ao quinto livro, o que começou a estremecer as relações entre os supracitados tipos de fãs (que consumiram ou não a versão literária). Pela primeira vez, os leitores, chamados pejorativamente de “*fanboys*”²¹, em uma associação clara com a imagem tradicional do fã masculino *nerd* (Monteiro, 2005), não tinham mais em suas mãos o controle da narrativa:

HOLY SHIT, tem *spoiler* de *Game of Thrones* rolando E EU LI UM QUE NÃO ACONTECE NO LIVRO!!!

Migues, *spoiler* dos livros eu já vi todos, mas a série tá diferente então SERÁ Q DÁ PRA VCS PARAREM DE CAGAR SPOILER DE GOT SEUS PICA MOLE!?

esse pode ser o maior *spoiler* que a HBO já deu pra quem lê os livros :S

pqp, *game of thrones* tem *spoiler* até pra quem leu os livros. pqp.

Essa situação foi levada ao limite na temporada seguinte²², que, de forma inédita, foi lançada antes do livro correspondente, devido a um atraso do autor, que não conseguiu terminar a obra a tempo. Esse fato não passou incólume pelos espectadores da série, que parecem estar aproveitando esse *plot twist* interno à comunidade de fãs:

“Produtores confirmam que surpresa em episódio 9 de ‘*Game of Thrones*’ é *spoiler* do livro”. O jogo virou, *book whores*.

Sabe aquele ditado “pimenta no cú dos outros é refresco”? Se aplica bem a essa revolta dos fãs dos livros, por tarem levando *spoiler* de GoT.

queria ver de pertinho a cara dos leitores de got ao levarem *spoiler* de um livro que ainda nem foi lançado. PARESE QUE O JOGO VIROUUU

pois é e agora é massa pq quem leu os livro tudo n vai poder dar *spoiler* para as próximas temporadas olha que supimpa

Considerações finais

A intensa produção e circulação de *spoilers* nas redes sociais tem gerado calorosos debates dentro e fora da academia. Apesar do crescente interesse em torno do tema, argumentamos que a discussão segue excessivamente focada em definir as possíveis reações dos espectadores no consumo desse paratexto como boas ou ruins. Compreendemos que esse

foco tem limitado a questão, que possui inúmeras nuances para além da recepção, como disputas entre fãs, originalidade da obra e temporalidade de recepção.

Com isso em mente, realizamos análises qualitativas de *tweets* sobre o último episódio da quinta temporada de *Game of Thrones* e concluímos que o fato de ser uma adaptação de obra literária torna a série ainda mais complexa na abordagem sobre *spoilers*, ao promover um embate constante entre os consumidores que leram os livros e os que apenas acessam a narrativa televisiva. Nessa disputa, foi possível identificar discussões mais profundas e simbólicas que colocam em xeque um sistema de hierarquia dos meios de comunicação, em particular entre a literatura e a televisão. Se, como vimos, o tema dos *spoiler* é controverso em todas as formas de interação entre os espectadores de ficção seriada, ele se torna ainda mais complexo quando existem narrativas paralelas e oficiais sobre a mesma história.

Por outro lado, a divisão entre uma perspectiva temporal e outra espacial também movimentava essa comunidade. Tal confronto tem continuamente pautado discussões em torno da ficção seriada, e pode ser visto explicitamente no vídeo intitulado “Levou *Spoiler*? Problema seu”, do site brasileiro “Série Maníacos”. No vídeo, Michel Arouca defende a existência de um “prazo de validade para *spoilers*” e pede aos fãs que respeitem o período de uma semana antes de comentarem sobre as séries nas redes, intervalo denominado como “janela do *spoiler* justo”. Enquanto não existe um manual oficial de etiqueta para *spoilers*, o que precisará ser problematizado tendo em vista o alcance global das redes sociais, defendemos que novas perspectivas são necessárias para aprofundarmos e ampliarmos o debate acadêmico em torno dos *spoilers* nos estudos sobre consumo televisivo.

A propósito, Jon Snow está vivo.

Recebido em: 28 maio 2017

Aceito em: 10 nov. 2017

¹ Versão prévia dos primeiros episódios para jornalistas e críticos já elaborarem críticas acerca da produção.

² Ver: <http://screenrant.com/game-thrones-season-6-hbo-no-press-screener/>

³ Ver: <http://winteriscoming.net/2015/06/12/possible-game-of-thrones-season-finale-spoilers-leaked/>

⁴ Breve trailer que revela os acontecimentos do episódio que será exibido.

⁵ Ver: <https://globoplay.globo.com/v/4765553/>

⁶ Junção dos termos em inglês “*fan*” e “*kingdom*” que pode ser traduzido literalmente como o “reino dos fãs”. Na literatura a expressão se refere a comunidade de fãs de um determinado objeto cultural.

⁷ O campo de estudos sobre fãs no Brasil conta com inúmeros trabalhos de qualidade, com pesquisas consolidadas e que abordam temas que se aproximam do que tratamos em nosso trabalho. Neste artigo, no entanto, focamos nossos objetivos na relação específica entre *spoilers* e consumo televisivo, e optamos por explorar com maior atenção, tendo em vista a limitação espacial, esse viés da discussão. Consequentemente, a bibliografia que acionamos prioriza essa relação e entendemos que essa escolha é prolífica, uma vez que há pouca produção em português dedicada a esse fenômeno de consumo cultural. Apontamos a questão das disputas entre fãs aqui apenas porque ela faz parte da dinâmica do que pesquisamos, mas o leitor certamente poderá se aprofundar nesse tema a partir do acesso a obras de outros pesquisadores, inclusive brasileiros, como os acima citados.

⁸ Ver: <http://www.vox.com/2015/9/14/9301867/peak-tv>

⁹ Ver: <https://socialnetimporter.codeplex.com/>

¹⁰ [opção booleana Game of Thrones OR #GOT AND spoiler lang:pt]

¹¹ Devido às limitações espaciais deste trabalho, optamos por disponibilizar a tabela de acesso aos *tweets* analisados no link: <https://data.mendeley.com/datasets/cr6z2fdnhn/1>

¹² Ver: <https://torrentfreak.com/game-of-thrones-most-pirated-tv-show-of-2015/>

¹³ Ver: <http://www.gameofthronesbr.com/2015/04/brasil-e-o-pais-com-maior-numero-de-downloads-piratas-de-game-of-thrones.html>

14 Ver: <http://www.tecmundo.com.br/series/81402-game-of-thrones-imagens-vazadas-fim-5-temporada-trazem-spoilers.htm>

15 Ver: http://www.vulture.com/2008/03/spoilers_the_official_vulture.html

16 Ver: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2016/mar/19/films-games-tv-shows-the-rules-of-spoilers>

17 Ver: <http://www.conroy.com/2010/03/11/declutter/>

18 Ver: <https://chrome.google.com/webstore/detail/proxlet-tweet-filter/kmelikmboobdcnfcaapkfombnmbcpc?hl=en>

19 Ver: <http://olhardigital.uol.com.br/noticia/google-tem-ideia-para-filtro-anti-spoilers-em-redes-sociais/47917>

20 Quando a série televisiva começou a ir ao ar, em abril de 2011, os três primeiros livros já estavam à venda. O quarto foi lançado ainda em 2011, poucos meses depois de a série estrear.

21 “a gente se livra dos *spoiler* de got dos *fanboy* dos livros mas aparece umas foto q devem tirar do cu horas antes do episódio”

22 É importante notar que nossa coleta de *tweets* se deu na ocasião do lançamento do último episódio da quinta temporada. Por esse motivo, os debates sobre a sexta temporada são apenas especulativos. Dessa forma, não podemos avaliar o impacto dessa temporada nos embates entre os consumidores, o que poderá ser feito em trabalhos futuros.

Referências

BAYM, Nancy. **Tune in, log on: soaps, fandom, and online community**. London: Sage, 2000.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.

BOYD □ GRABER, Jordan; GLASGOW, Kimberly; ZAJAC, Jackie. Spoiler alert: Machine learning approaches to detect social media posts with revelatory information. **Proceedings of the American Society for Information Science and Technology**, v. 50, n. 1, p. 1-9, 2013.

CAMPANELLA, Bruno. O fã na cultura da divergência: hierarquia e disputa em uma comunidade on-line. **Contemporânea**, v. 10, n. 3, p. 474-489, 2012.

CASTELLANO, Mayka. Distinção pelo “mau gosto” e estética *trash*: quando adorar o lixo confere status. **Comunicação & Sociedade**, v. 32, n. 55, p. 153-174, 2011.

DELLER, Ruth. Twittering on: Audience research and participation using Twitter. **Participations**, v. 8, n. 1, p. 216-245, 2011.

GAFFNEY, Devin; PUSCHMANN, Cornelius. Data collection on Twitter. In: WELLER, Katrin et al. (eds.). **Twitter and Society**. New York: Peter Lang, p. 55-67, 2013.

GRAY, Jonathan. “Coming Up Next”: Promos in the Future of Television and Television Studies. **Journal of Popular Film & Television**, v. 38, n. 2, p. 54-57, 2010.

GRAY, Jonathan; MITTELL, Jason. Speculation on spoilers: *lost* fandom, narrative consumption, and rethinking textuality. **Participations**, v. 4, n. 1, 2007. Disponível em: http://www.participations.org/Volume%204/Issue%201/4_01_graymittell.htm.

GÜRSIMSEK, Ödül; DROTNER, Kirsten. Lost spoiler practices: online interaction as social participation. **Participations**, v. 11, n. 2, p. 24-44, 2014.

HARRINGTON, Stephen. Tweeting about the telly: live TV, audiences, and social media. In: WELLER, Katrin et al. (eds.). **Twitter and Society**. New York: Peter Lang, p. 237-247, 2013.

HASSOUN, Dan. Sequential outliers: The role of spoilers in comic book reading. **Journal of Graphic Novels and Comics**, v. 4, n. 2, p. 346-358, 2013.

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

JOHNSON, Benjamin; ROSENBAUM, Judith. Spoiler Alert Consequences of Narrative Spoilers for Dimensions of Enjoyment, Appreciation, and Transportation. **Communication Research**, v. 42, n. 8, p. 1068-1088, 2015.

LEAVITT, Jonathan; CHRISTENFELD, Nicholas. Story Spoilers don't spoil stories. **Psychological Science**, v. 22, n. 9, p. 1152-1154, 2011.

LOPES, Maria; GÓMEZ, Guillermo. **Relações de gênero na ficção televisiva: anuário Obitel 2015**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

LYCARIÃO, Diógenes; DOS SANTOS, Marcelo. Bridging semantic and social network analyses: the case of the hashtag #precisamosfalarsobreaborto (we need to talk about abortion) on Twitter. **Information, Communication & Society**, v. 20, n. 3, p. 368-385, 2017.

MEIMARIDIS, Melina; DOS SANTOS, Marcelo; OLIVEIRA, Thaianne. Da frustração ao Entusiasmo: Uma análise da relação entre fãs e spoilers no Twitter. **Culturas Midiáticas**, v.8, n.2, p. 16-31, 2015.

MONTEIRO, Thiago. Entre a patologia e a celebração: a questão do fã em uma perspectiva histórica. **Anais do XXVIII Intercom**. Rio de Janeiro, 2005.

NAKAMURA, Satoshi; KOMATSU, Takanori. Study of information clouding methods to prevent spoilers of sports match. In: TORTORA, Genny; LEVIALDI, Stefano; TUCCI, Maurizio (eds.). **Proceedings of the International Working Conference on Advanced Visual Interfaces**. New York: ACM, 2012, p. 661-664.

PASE, André. F., SACCOMORI, Camila. Significações da prática e do consumo de spoilers de seriados americanos: estragando (ou não) a surpresa da narrativa. In: SÁ, Simone; CARREIRO, Rodrigo; FERRARAZ, Rogério (orgs.). **Cultura Pop**. Salvador: Edufba, 2015, p. 187-209.

PERKS, Lisa; MCELRATH-HART, Noelle. Spoiler definitions and behaviors in the post-network era. **Convergence**, p. 1-15, 2016.

RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana; MONTEIRO, Camila. Fandoms, Trending Topics and Social Capital in Twitter. **Selected Papers of Internet Research**, v. 1, n. 13, 2012.

REDMON, Allen. ‘After Everything I’ve Seen...’: Rewatching Shutter Island as a Knowing Audience. **Adaptation**, v. 8, n. 2, p. 254-267, 2015.

SILVA, Marcel. Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. **Galaxia**, n. 27, 2014, p. 241-252.

SODANO, Todd. Television’s Paradigm (Time) Shift. In: AMES, Melissa (ed.). **Television Narrative: Exploring Temporality in Twenty-First Century Programming**. U.S.: University Press of Mississippi, 2012, p. 27-42.

THORNTON, Sarah. **Club cultures: music, media and subcultural capital**. Oxford: Polity, 1995.