



PODCAST E AS CRÔNICAS DE GELO E FOGO: INCENTIVO MÚTUO ENTRE A COMUNIDADE OUVINTE E A COMUNIDADE LEITORA¹

PODCAST AND A SONG OF ICE AND FIRE: MUTUAL ENCOURAGEMENT BETWEEN THE LISTENING COMMUNITY AND THE READING COMMUNITY

Bruna Viciniescki²

Artigo submetido em: 20 set. 2020

Data de aceite: 23 nov. 2020

Data de publicação: 17 dez. 2020

RESUMO: Este artigo analisa a relação entre o *podcast* *Hodor cavalo* e os seus fãs, para observar o incentivo à leitura que ocorre por meio do *podcast*. Como base teórica, foram mobilizados os conceitos de comunidade leitora de Rezende (2013), cibercultura de Rezende (2017), *fandom* de Miranda (2009), transmidialidade de Bulamarque e Barth (2016), e *podcast* em Luiz e Assis (2010). A análise se deu pela escuta do bloco de perguntas e respostas dos episódios do *podcast* e pela seleção de comentários no *site* do *Hodor cavalo*. Como resultado, devido à transmidialidade *das Crônicas de gelo e fogo*, o *podcast* atrai além dos ouvintes, públicos vindos da série e dos livros e se mostrou eficaz no incentivo à leitura.

Palavras-chave: Comunidade leitora. *As crônicas de gelo e fogo*. Transmidialidade. *Podcast*.

ABSTRACT: This article analyze the relationship between the *Hodor cavalo* podcast and their fans, to observe the incentive to read that occurs through the podcast. As a theoretical basis, the concepts of reading community of Rezende (2013), cyberculture of Rezende (2017), *fandom* de Miranda (2009), transmidiality of Bulamarque and Barth (2016), and *podcast* in Luiz and Assis (2010), were mobilized. The analysis was based on the listening of the block of questions and answers of the podcast episodes and the selection of comments on the *Hodor cavalo* website. The results, due to the transmidiality of *A song of ice and fire*, the podcast attracts beyond the listeners, audiences coming from the series and books and proved effective in encouraging reading.

Keywords: Reading community. *A song of ice and fire*. Transmediality. *Podcast*.

¹ Texto orientado pelo Prof. Dr. Miguel Rettenmaier da Silva, Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo-RS, Brasil. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

² Mestranda do Curso de Letras da Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo-RS, Brasil. <http://lattes.cnpq.br/0729018271991802>

Acesse este artigo pelo QR Code:



INTRODUÇÃO

Desde o advento da Internet nos anos 1990 e sua disseminação na última década, vários autores e pesquisadores têm se debruçado sobre o impacto da era cibernética sobre os diferentes campos do conhecimento e na sociedade como um todo. Em relação à literatura, sua produção e recepção, os estudos voltados ao tema se dividiram entre um otimismo utópico e um pessimismo determinista. Nas palavras de Couto, em *Literatura e identidade na era da modernidade*: “Enquanto uns preferem exhibir o atestado de óbito dos leitores e escritores, outros, com entusiasmo, propagam que nunca se leu e escreveu tanto quanto agora, em meio às conexões das redes móveis” (COUTO, 2016, p. 32).

Também, muito se discutiu sobre as mídias e redes sociais como agentes alienantes que afastavam a geração mais nova do hábito de ler. Contra esse argumento, um estudo realizado por Rösing e Vargas (2005) observou um aumento considerável de alunos que utilizavam o tempo de lazer com atividades que envolvessem a leitura e a escrita mediadas por computadores, demonstrando que desde a primeira década desse século já era possível observar que a leitura e a escrita perseveraram no meio digital. Carvalho e Viégas (2016), em consonância com os autores citados acima, destacam que as mídias que tomam a atenção dos jovens, quando incorporadas às práticas leitoras, fazem-nos descobrir possibilidades infinitas.

Rouxel, antropóloga da leitura, frisa uma característica inerente aos leitores e que é amplificada pela experiência em rede: o desejo de compartilhar as suas leituras e experimentar um sentimento de pertencimento. Principalmente entre os adolescentes, a autora observa que o interesse pela leitura parte pela curiosidade sobre o conhecimento do outro, sobre as leituras do outro:

Os adolescentes do 1º ano do ensino médio insistem no gesto de mediação que permite que se situem numa comunidade. Os livros aconselhados por alguém próximo, mas sobretudo pelos colegas suscitam interesse; da mesma forma, o fato de recomendar um livro é mais consciente o prazer altruísta do compartilhamento, de não deter sozinho o segredo, do que o ato de reconhecimento de uma obra. (...) O desejo de ler ou reler é um desejo de conhecimento que nasce de uma vontade de compartilhar com os outros leitores, e a palavra desempenha um papel essencial. (ROUXEL, 2013, p. 73)

Segundo Rezende (2013), os jovens de subjetividades múltiplas compartilham dos mais variados sentidos construídos por suas leituras, formando, assim, comunidades leitoras. Podemos afirmar que, com o advento da Internet, essas comunidades se multiplicaram e tomaram dimensões jamais imaginadas no século passado.

Pensando nessas questões sobre leitura na geração da Web 2.0, caracterizada pela possibilidade da publicação e compartilhamento, o presente artigo tem por objetivo observar a relação entre o *podcast Hodor cavalo* — dedicado à discussão capítulo a capítulo dos livros da saga *As crônicas de gelo e fogo*, de George R. R. Martin (1996-) — e os fãs e ouvintes do *podcast*, autointitulados **Beterrabas em fúria**. Também pretendemos demonstrar na análise do *corpus* o incentivo à leitura dos livros em função do *podcast*.

Para compreender como se dá a troca entre esses consumidores, que não se restringem a meros receptores, e as criadoras de conteúdo Carol Moreira, Mirian Castro e Flávia Gazi, também fãs do universo que compartilham com os ouvintes, serão mobilizadas algumas conceituações pertinentes a esse fenômeno. São elas: em um primeiro momento a cibercultura, o *fandom* e a transmidialidade; logo após, será apresentado como se dá a construção do papel dessas mulheres, que passam de *booktubers* a *podcasters*; e, por fim, o *podcast* como mídia e suas possibilidades de troca e influência mútua com o *fandom*.

AS CRÔNICAS DE GELO E FOGO NAS REDES: FANDOM E CONSUMO TRANSMIDIÁTICO

Antes de abordar a obra literária de Martin e o universo que se forma a partir dela, é importante compreender o meio em que ela é vastamente

consumida, divulgada, fragmentada e reconstruída ao bel prazer pelos seus fãs. A cibercultura é criada a partir das modificações culturais que as inovações da Internet trouxeram, principalmente em relação ao modo de comunicação dos usuários da rede. Rezende alerta, porém, ao equívoco de uma visão reducionista da cibercultura:

A cibercultura é muito mais que uma “cultura da internet”, por assim dizer. É incorreto afirmar que as transformações ocorridas por uma cultura atravessada pela internet estão limitadas ao ambiente cibernético. Mesmo o indivíduo que nunca acessou um site está inserido na cibercultura, e até a sua exclusão social diz respeito a uma cultura permeada pela conexão generalizada. (REZENDE, 2017, p. 13, ênfase no original)

Tendo em vista essa nova realidade permeada pela cibercultura, que, segundo Rezende, “é construída a partir da relação entre a tecnicidade e o social, relações entre pessoas, entre marcas e pessoas, entre pessoas e máquinas” (REZENDE, 2017, p. 13), a riqueza de leituras exige letramentos múltiplos da parte dos ciberleitores e dos ciberescritores. Para Couto, os processos de leitura e escrita na rede ganham outras dimensões em relação ao impresso: são marcados por uma experiência coletiva, colaborativa e reconfigurativa: “(...) leem e escrevem em meio a circulação virótica das informações; são, portanto, livres para criar, recombinar e difundir narrativas. A conectividade generalizada aponta a nossa realidade: tudo comunica e está em rede” (COUTO, 2016, p. 46).

A cultura do compartilhamento estimula e dissemina algo já existente antes do advento da Internet, mas que tem nela sua consolidação. O *fandom* (abreviação de *Fan Kingdom* ou, em português, **Reino do Fã**) é definido por Carvalho e Viégas em sua universalidade como “uma associação de pessoas, fãs de determinado produto cultural, que pode ser um filme, uma música, um artista, um seriado televisivo, um livro, ou qualquer outro artigo” (CARVALHO; VIÉGAS, 2016, p. 131). Os autores se aproximam do conceito de comunidade leitora de Rouxel, ao afirmar que o *fandom* como sistema digital existe em função de comunidades leitoras com aspirações semelhantes em relação a uma mesma obra. Esses leitores passam a produzir textos que utilizam a obra original como base e são consumidos por outros leitores/produtores. Além da inspiração que parte de uma referência, esse sistema também está relacionado à crítica, segundo Miranda:

Para efeito metodológico, considero o *Fandom* um sistema virtual e digital que inclui diversas manifestações no campo literário: desde a leitura crítica literária, numa perspectiva inovadora na qual já não cabem as atitudes passivas da leitura e da crítica tradicional e acadêmica. (...) Leitura e crítica, no

Fandom, são atividades essencialmente criativas, geradoras de novos produtos: sejam eles novos textos, fictícios, poéticos ou teóricos; e novas formas de crítica, construídas a partir das releituras plásticas, musicais, ou de outra natureza (pequenos filmes, clipes ou jogos) que refletem, criticam, ou recriam a partir de uma obra literária de origem. (MIRANDA, 2009, p. 107-108)

Mais do que criticar e recriar o conteúdo de uma obra de preferência, o fã, membro do *fandom*, segundo Rezende (2017), é um estado de pertencimento capaz de transformar o modo de agir e de pensar de uma grande parte da sociedade. O fã não apenas consome, mas produz, propaga, articula, milita. Essa figura, repleta de paixão pelo objeto que devota, recusa-se a ser um receptáculo, impregnado pela cibercultura, e insiste no direito de se tornar participante.

Uma vez abordado o *fandom*, articulado pela cibercultura de uma forma geral, podemos nos voltar ao universo criado por George R. R. Martin. A coleção dos livros das *Crônicas de gelo e fogo* é uma saga fantástica. Isso significa, segundo Burlamaque e Barth: "(...) narrativas estruturadas por um paracosmos — um mundo inventado, com regras próprias. Cada paracosmos mobiliza arquétipos, elementos fantásticos, figuras mitológicas, e organiza um universo que tem uma existência paralela à realidade" (BURLAMAQUE; BARTH, 2016, p 177-178) e a principal característica de uma saga é a capacidade de fidelização de um público.

A saga fantástica de Martin conta com cinco livros, o primeiro sendo lançado em 1996, com previsão para encerrar no sétimo livro. Sucesso comercial absoluto, a história, ambientada em um mundo paralelo com uma organização social inspirada na época medieval, narra uma complexa trama política, em que grandes casas nobres lutam pela obtenção do poder para controlar os sete reinos, simbolizado por um trono de ferro. Mais que uma saga fantástica, a obra pode ser considerada uma narrativa transmidiática na conceitualização de Jenkins. Burlamaque e Barth (2016), que, tomando o estudioso inglês como base, explicam que se trata de uma nova estética centrada na convergência de mídias, que exige mais do consumidor e demanda a participação ativa de comunicadores de conhecimento. Mesmo que nem toda narrativa transmidiática seja uma saga fantástica, esta, por sua vez, apresenta grande potencial de transmidialidade.

A saga de Martin, que já possuía um público consolidado, alcançou números impressionantes após negociar com o canal HBO para adaptar a história dos livros para a série *Game of thrones* (2011-2019). Aclamada pela crítica e pelo público, a série, concluída na oitava temporada, é dona de alguns recordes. Segundo a revista *Isto é* (ISTO É, 2020), é a série mais cara de todos os tempos, com um orçamento de US\$ 15 milhões por capítulo, com o canal recebendo o

retorno de cerca de US\$ 1 bilhão anualmente. A audiência também impressiona: o episódio final da sétima temporada obteve 16,5 milhões de telespectadores apenas nos Estados Unidos, batendo o recorde para uma série de televisão. Outro número impressionante é o alcance da série, com a oitava temporada sendo exibida em 186 países, além de receber 110 indicações a prêmios.

Burlamaque e Barth afirmam que o mundo de Martin já é pensado inicialmente como uma obra transmidiática e destacam que os fãs anseiam e consomem essa variedade. Mesmo o primeiro livro, *A guerra dos tronos* (1996), tendo sido publicado quase quinze anos antes da série televisiva, já apresenta recursos visuais e apêndices dos quais o leitor deve se apropriar para mais bem compreender a narrativa. Os pesquisadores comentam a importância dos mapas no mundo de Martin, a ponto de surgir publicações à parte sobre a geografia e história do mundo descrito pelo autor. Podemos citar, também, obras derivadas atípicas, como livros de culinária e dicionários da língua fictícia dos Dothraki, criada especialmente para a série. Nesse universo em expansão, Martin já publicou outros seis livros relacionados, sendo três ambientados no mesmo mundo, mas sem relação com o enredo principal; e outras três prequelas — termo usado para designar livros com narrativas anteriores ao enredo de uma sequência principal.

Além dos livros e da série *spin off* anunciada pela HBO para 2022 e que focará na história dos Targeryan, intitulada *House of dragon*, há uma infinidade de conteúdos advindos desse universo criado pelos fãs ou pelos canais oficiais de Martin e da própria HBO. As produções, das mais caseiras às mais elaboradas, abrangem uma alta variedade e, dentre esse conteúdo gerado por fãs, encontram-se as criadoras do *Hodor cavalo*.

INFLUENCIADORAS, CURADORAS E EXPLICADORAS: FÃS QUE PRODUZEM CONTEÚDOS PARA FÃS

Por se tratar de um universo ainda em expansão que já apresenta um fluxo enorme de informação espalhado pelos livros, pelas temporadas das séries e os paratextos que o acompanham, *As crônicas de gelo e fogo* são propícias para o surgimento de fãs investigadores e desbravadores, além de criadores de conteúdo para as redes sociais — como *YouTube*, *Facebook* e *Twitter* — e para *podcasts*. Nas palavras de Toledo:

(...) um volume grande de fãs engajados, que se dedicam não só a ler e assistir às peças de entretenimento fornecidas por seus autores e conglomerados favoritos, mas também

separam grande volume de tempo para mapear os territórios, planetas ou bairros dos universos diegéticos nos quais tais histórias se passam, anotando enciclopedicamente informações acerca de personagens e mitologia, checando informações em novas fontes, em outras edições, fazendo circular entre comunidades de fãs as teorias para amarrar pontos desconhecidos ou frouxos das narrativas às quais se entregam. (TOLEDO, 2016, p. 2)

Murta apresenta uma classificação dos fãs, de acordo com as formas variadas de produtividade, seguindo um traçado que parte do consumidor ao fã produtor. O fã é aquele que consome assiduamente e com fidelidade o produto de sua devoção, mas o faz de forma isolada, sem se agrupar com outros fãs. No próximo nível, encontram-se os adoradores, que se organizam em grupos, a partir de seus interesses em relação ao produto, a fim de compartilhar conteúdo, trocar e discutir teorias. Para Murta, neste grupo se encontram os ouvintes de *podcast*: “Eles acessam conteúdos extra e demonstram fôlego e conhecimento ao entrarem em fóruns e comunidades para conversar a respeito de seus objetos de adoração. É essa parcela de fãs que ouvem, por mais de uma hora, um *podcast* sobre o assunto que lhe interessa” (MURTA, 2016, p. 48). O terceiro grupo, do qual Carol Moreira e Mirian Castro fazem parte, é o grupo dos entusiastas. Esses fãs vão além dos outros dois grupos, pois consomem o produto oficial, participam dos grupos de discussão e principalmente se apropriam dos elementos do objeto de adoração para criar o seu próprio conteúdo. Os fãs entusiastas “produzem e consomem textos altamente especializados feitos por outros entusiastas, carregam de conteúdo os *fandom* e se mobilizam para organizar convenções de fãs, fã-clubes ou comunidades *on-line* e fóruns. São eles que criam os portais, *podcasts*, *blogs* e possuem uma rede de influência com outros fãs” (p. 48).

Carol Moreira e Mirian Castro são *youtubers* (pessoas que se dedicam exclusivamente ou majoritariamente a produzir conteúdo para a plataforma de vídeos *YouTube*) e têm como um dos assuntos principais do canal o universo de *Game of thrones*. Como elas anunciam no *site* do *Hodor cavalo*, somando os conteúdos lançados juntas e individualmente em seus canais, são mais de 200 vídeos sobre a série e os livros de Martin. O canal de Mirian Castro, intitulado *Mikannn*, lançado em maio de 2015, até setembro de 2020 possui 516 mil inscritos e 54 milhões de visualizações. Já o canal *Carol Moreira*, que leva o nome da *youtuber*, teve seu início em julho de 2010, possui 870 mil inscritos e 95 milhões de visualizações.

Kirchof (2016) aponta para o fato de que as manifestações midiáticas e literárias ainda não encontraram uma forma estável e saliente que, provavelmente, isso jamais venha ocorrer devido à fluidez e à velocidade das mudanças que acontecem na cibercultura. Isso pode ser observado na dificuldade em definir os vídeos produzidos por *Mikannn* e *Carol Moreira*. Rezende (2017), ao

analisar o conteúdo dos canais de ambas as *youtubers*, afirma que, apesar das características do formato dos vídeos se assemelharem às de *vlogs*, o conteúdo se distancia da proposta desses. Por outro viés, mesmo que sejam produções de fãs para fãs, não se tratam de *fanfilms* por não produzir novas narrativas a partir de uma referência. Tendo em vista essa dificuldade definidora, a autora propõe uma nova categoria de produção intitulada *vlog* de fã ou *fanlog*.

Um último termo suscitado em relação às criadoras de conteúdo, apresentado por Murta (2016), é o de curadoria. A autora, que analisa outro *podcast* relacionado a esse universo — *Podcasteros* —, demonstra um conjunto de desdobramentos do conteúdo que a equipe do *podcast* faz, sendo perfeitamente aplicável sobre os dois canais e do *podcast* das *youtubers* Carol e Mirian. Curadoria, no contexto da cibercultura, inspirada no sentido do termo para a arte, de pessoa que media as obras e o público, refere-se ao ato de agregar, compartilhar, classificar e criticar um conteúdo em uma variedade de plataformas. A autora complementa:

(...) quando a cultura, que até bem pouco tempo era constituída, essencialmente, de produtos culturais, passa do analógico ao digital, faz-se indispensável recorrer àqueles que, com certo nível de conhecimento, criam critérios próprios para recomendar determinados conteúdos. Esse papel, antes feito por críticos especializados, hoje é desempenhado por usuários bem informados tornando-os aqueles que influenciam e prescrevem. À sua maneira, os curadores nas mídias digitais atuam de forma a direcionarem os internautas a se encontrarem nessa massa incalculável de informações. Desse modo, o curador cria competências para assumir papéis de seleção, filtragem, agregação e, mais importante, remediação de conteúdos para o compartilhamento em rede. (MURTA, 2016, p. 60)

Tanto Carol Moreira quanto Mirian Castro apresentam, dessa forma, um papel importante entre os outros fãs, justamente por fazer essa seleção e explicação do vasto conteúdo presente no universo das *Crônicas de gelo e fogo*. Seja como ativas comunicadoras do conhecimento, usando a terminologia da transmidialidade, produtoras de vídeos de opinião ou explicação ou como curadoras, o número bastante expressivo de visualizações em seus canais demonstra grande relevância em um meio crítico como o do *fandom*. A seguir, serão comentados o projeto paralelo que as duas dividem — o *Hodor cavalo*, *podcast* para ler e reler *As crônicas de gelo e fogo* — e a relação com os fãs do *podcast*, que, sendo transmidiático, atrai tanto o público dos livros quanto o da série, e acaba incentivando a leitura dos livros de George R. R. Martin.

PARA LER E RELER: A TROCA E O INCENTIVO À LEITURA PRESENTES NO *HODOR CAVALO*

Antes de falar do *Hodor cavalo* e de seus fãs, autodenominados **Beterrabas em fúria**, é interessante observar algumas características dessa mídia sonora chamada de *podcast*. Segundo Luiz e Assis: “Em linhas gerais, *podcasts* são programas de áudio ou vídeo ou ainda uma mídia de qualquer formato cuja principal característica é sua forma de distribuição direta e atemporal chamada *podcasting*. Isso os diferencia dos programas de rádio tradicionais e até de audioblogs e similares” (LUIZ; ASSIS, 2010, p. 1). Já Ramos conceitualiza como “programas de áudio distribuídos pela internet sob demanda, disponibilizado através de *downloads* ou de streaming online” (RAMOS, 2019, p. 540). *Podcast* não se trata apenas da publicação de conteúdos em áudio. Para ser considerado como tal, esse áudio precisa ser postado em um *feed* de uma página, em um ambiente digital. De acordo com Villarta-Neder e Ferreira:

(...) o traço definidor do podcast não é ser uma gravação em áudio, somente, mas a possibilidade de subscrição, de assinatura, o que constrói uma vinculação à página dentro da qual o podcast está hospedado. Usuários e navegantes digitais conhecem bem as decorrências. Tal vinculação congrega usuários, cria comunidades de interesse, impulsiona (inclusive, às vezes, comercialmente) as páginas, participa como um dos níveis de hiperlink do mundo digital. (VILLARTA-NEDER; FERREIRA, 2020, p. 41)

Utilizando os dados levantados por Silva (2019), o Brasil aparece como um dos países que mais aderiu a essa mídia, ultrapassando países como França e Alemanha. O *podcast* cresceu 67% no ano de 2019 e o seu consumo aumentou em 177%. Esses números ressaltam um grande engajamento entre os ouvintes, sendo que a média em tempo de consumo no Brasil ultrapassa uma hora diária de programas. Esse crescimento é explicado por Silva pela dinamicidade e facilidade ao acesso dessas mídias, chamando a atenção do público por tratarem de diferentes assuntos e possibilitando seu consumo em diferentes tipos de dispositivos eletrônicos.

Outra característica citada pelos pesquisadores é a interatividade com os ouvintes. Ramos (2019) destaca o protagonismo do ouvinte no *podcast*, que, ao contrário do ouvinte de rádio, tem plena liberdade para escolher o conteúdo, o horário, o dispositivo, além de ter a opção de fazer o

download dos episódios, não precisando estar conectado à rede para ouvir o programa de sua escolha.

Voltando-nos para a literatura, o *podcast* pode ser associado a uma ferramenta promotora da leitura e da literatura. Silva aponta para as variadas opções de *podcasts* voltados à indicação de leituras que contam com discussão sobre os autores, livros e outros elementos da cultura *pop*. Segundo a autora, esses programas têm forte apelo entre os jovens, e acrescenta: “A inovação do *podcast* facilita a difusão das informações, em uma sociedade marcada pelo fluxo das atividades e uma forma de vida corrida, essa pode se tornar uma excelente alternativa para quem não teria tempo de sentar e ler um livro, por exemplo” (SILVA, 2019, p. 38).

Além disso, o consumo de *podcasts* relacionados à literatura, como no caso do *Hodor cavalo*, suscita outras características da leitura e da oralidade que podem influenciar ao incentivo à leitura. O *podcast*, unindo milhares de ouvintes, leitores e espectadores dos livros e das séries, amplifica o conceito de comunidade leitora, já elaborado na primeira parte deste trabalho. Lebrum afirma que: “É importante que o leitor singular possa confrontar seus julgamentos com aqueles de seus pares e dos leitores em geral de modo a legitimar seu gosto mediante argumentos para poder confrontá-lo e partilhá-lo com os leitores da comunidade interpretativa em formação” (LEBRUM, 2016, p. 144). Weschenfelder (2005) afirma que a ação de ouvir e contar histórias é essencial para estimular o gosto pela leitura, o desenvolvimento da expressão oral e a própria escritura. Para o autor, as histórias de ficção, quando oralizadas, propiciam uma vontade crescente de se ouvir e ler cada vez mais histórias. E é o que se pode observar a partir dos relatos dos ouvintes do *Hodor cavalo*.

O *podcast Hodor cavalo* teve seu início em julho de 2018 e permanece em atividade. Até setembro de 2020, foram publicados 75 episódios, encerrando a discussão do primeiro livro da saga das *Crônicas de gelo e fogo — A guerra dos tronos*. Inicialmente produzida e apresentada por Carol Moreira e Mirian Castro, a discussão ganha uma nova locutora fixa a partir do episódio 34, em outubro de 2019. A influenciadora em questão é Flávia Gasi, escritora, jornalista e doutora pela PUC-SP, no programa de Comunicação e Semiótica, além de ser responsável pela edição do *site Garotas geek*. Carol Moreira anunciou sua saída no episódio 60.5, em maio de 2020.

Outros dados relevantes sobre o programa podem ser consultados em uma *data base* formulada e gerenciada por fãs do *podcast*. Segundo o *Hodor data*, os 75 episódios somam 70h de conteúdo, mantendo uma média de 56 minutos por episódio. Outro dado importante para esse trabalho é a quantidade de mensagens respondidas no *podcast*: até o episódio 75, foram respondidas e comentadas 242 mensagens. O fato de existir uma base de dados elaborada por fãs demonstra que o programa, derivado de uma narrativa transmidiática, tem seu próprio universo transmidiático formado em colaboração com os fãs. Além de possuir o *site*, em que são anexados todos os vídeos

produzidos nos canais das duas *youtubers* com relação ao capítulo discutido, o formulário para envio de mensagem e a aba de comentários, o *Hodor cavalo* possui contas no *Twitter*, *Instagram* e *Facebook*, além de contar com um grupo de discussão na última rede citada e um fã-clubes denominado Clube do Hodor.

Outra colaboração importante dos fãs, além de ter espaço para discussão nessas redes e serem citados em um bloco de perguntas e comentários, no início de cada episódio, é a questão financeira. Um fenômeno comentado por Luiz e Assis (2010) é o de o *podcast* no Brasil estar fortemente relacionado a *blogs* pré-existentes, sendo que os produtores da maioria os fazem em paralelo a suas atividades profissionais, o que faz com que a maioria dos *podcasts* tenha uma vida relativamente curta, não se mantendo regular por mais de um ano. O *Hodor cavalo* faz parte desse fenômeno, como comentado anteriormente. O programa é um projeto paralelo das *youtubers*; em consequência disso, tinha uma frequência quinzenal, em função do tempo para a produção e edição e dos gastos.

O *podcast*, nos primeiros 20 episódios, contavam com uma audiência de 20 mil *downloads* por episódio e chega à marca de 1 milhão de *downloads* anunciados no episódio 40. No episódio 20 – *Lorde Snow / Jon III, A guerra dos tronos* (HODOR CAVALO, 2019a), respondendo a inúmeros *e-mails* de fãs se oferecendo para ajudar financeiramente o *Hodor cavalo* a se tornar semanal, Carol Moreira e Mirian Castro anunciam o patrocínio coletivo criado na plataforma *Padrim*, na qual os fãs poderiam doar um valor simbólico mensal para ajudar com os gastos do *podcast*. Consultando a página do *Hodor cavalo* no *Padrim*, é possível visualizar a quantidade de **padrinhos e madrinhas** e os valores doados de forma fixa: 434 fãs doam entre R\$ 1,00 e R\$ 15,00.

A iniciativa partir dos ouvintes para aumentar a regularidade do *podcast* é um forte indício da relação estreita que o programa mantém com os seus ouvintes. Outra iniciativa tomada pela parte dos ouvintes é a forma como eles se denominam. Carvalho e Viégas (2016) comentam que, no meio virtual, os fãs que participam de comunidades têm a necessidade de se autodefinirem com um nome que os diferencie de outros tipos de admiradores. Assim como existem os *Potterhead*, fãs de *Harry Potter*, existem as **Beterrabas em fúria**. Abaixo, transcrevemos o anúncio da votação feita na conta do *Twitter* do *Hodor cavalo*, anunciada no episódio 10:

Uma refeição em família/ Tyrion I, A guerra dos tronos, trecho 6m50s – 7m33s:

Mirian Castro: Antes de entrar na discussão do capítulo Bran II, tem um aviso sobre o nome do nosso *fandom*.

Carol Moreira: Por que a gente perguntou para vocês como vocês gostariam de ser chamados e a gente soltou por *Twitter* e vocês mandaram por e-mail também, e a maioria, gente,

querem ser chamadas de beterrabas em fúria! Eu amei, né? Porque eu nem sugeri só comentei porque eu amei essa parte...

Mirian Castro: E alguém também comentou no e-mail que ia ser legal e tudo.

Carol Moreira: E muita gente mandou e-mail dizendo que gostaria de ser chamada de beterrabas. (HODOR CAVALO, 2020f)

Como é dito no início de todos os episódios, o *Hodor cavalo* é um *podcast* para ler e reler *As crônicas de gelo e fogo*. O formato do *podcast*, justamente, ao comentar sequencialmente capítulo por capítulo da saga de Martin, é pensado como uma forma de incentivo à leitura da obra, explicitada pelas locutoras desde o primeiro episódio. A seguir, é transcrito o objetivo do *podcast* nas palavras das idealizadoras do projeto:

O começo do fim / Prólogo, A guerra dos tronos, trecho 1m33s – 2m23s:

Mirian Castro: Este é um *podcast* que, como eu falei lá no começo, é para gente ler e também reler *As crônicas de gelo e fogo* que são os livros de George R. R. Martin que inspiraram e inspiram a série *Game of thrones*. A gente pretende fazer um episódio por capítulo dos livros. Então é um *podcast* a longo prazo, mas é exatamente por quê como os livros são muito longos e é uma reclamação que o pessoal tem, é legal que daí dá tempo de todo mundo ler com calma e pensar muito bem sobre o capítulo.

Carol Moreira: Eu acho que também incentiva ler porque, pelo menos eu, quando li o primeiro livro eu li muito rápido e o segundo eu fui diminuindo e o terceiro foi diminuindo a frequência que eu lia porque eles vão ficando bem pesados. Então eu acho que é um jeito bem legal de incentivar o pessoal a ler com a gente. (HODOR CAVALO, 2020b)

O projeto, desde o princípio, teve um retorno muito grande de pessoas que, de fato, incentivadas pelo *podcast*, aventuraram-se a ler as obras volumosas e complexas de George R. R. Martin, utilizando-se das várias mídias do programa para agradecer às produtoras. Por sua vez, elas sempre trazem no bloco de perguntas e comentários esses relatos de fãs incentivados. A seguir, estão

transcritas algumas mensagens lidas no *podcast*, a respeito desses novos leitores, e logo após são apresentados comentários publicados no *site* do *Hodor cavalo*:

Seis lobos na neve/ Bran I, A guerra dos tronos, trecho 8m33 – 8m49s:

Mirian Castro: E eu vi que muita gente tem postado comentários e eu fiquei muito feliz com isso falando “pô eu tava com muito receio de começar a ler porque os livros são muito grandes, mas agora eu consegui e vou ler junto com vocês”, sabe? Isso é muito legal

Carol Moreira: Sim, eu também gostei muito desses comentários, a gente tá tentando incentivar a galera a ler. (HODOR CAVALO, 2020c)

Uma mensagem na noite/ Catelyn II, A guerra dos tronos, trecho 0m48s – 0m56:

Carol Moreira: Tem muitos e-mails de vocês falando que começaram a ler os livros por nossa causa isso é muito massa e eu fico muito feliz que a gente possa estar influenciando vocês. (HODOR CAVALO, 2020e)

Voltando para casa / Jon V, A guerra dos tronos, trecho 2m2s – 2m12:

Carol Moreira: o A. V. parabeniza a gente pelo trabalho, muito obrigada, e ele fala que depois do fim da série não se conformou e comprou os livros e começou a acompanhar o *podcast* junto com a gente.

Mirian Castro: aí que legal!

Carol Moreira: Ou seja, a gente converteu a ler os livros depois que a série acabou.

Mirian Castro: Isso é muito legal e eu percebi que tem um movimento mesmo de pessoas fazendo isso e isso é maravilhoso. (HODOR CAVALO, 2020g)

Táticas de guerra Eddard XI, A guerra dos tronos, trecho 5m15 – 6m10s:

Carol Moreira: Hoje nós temos um e-mail muito, muito especial que me deixou muito feliz que é do H. S. Olá meninas, (eu

nunca leio o e-mail inteiro aqui, eu sempre leio ele inteiro, mas nunca leio em voz alta ele inteiro aqui eu só pego a parte mais importante, mas hoje eu queria ler um e-mail inteiro). Olá meninas, quero agradecer a vocês pela iniciativa. Sou deficiente visual, eu e o meu avô que me criou. Temos televisão em casa embora seja mais usada como um rádio, no trabalho sou funcionário público no interior de Minas e muitos colegas me falaram dessa série, mas não tem a versão em braile desses livros, porém graças ao *podcast* de vocês pude acompanhar. Não parem, sigam por favor. Eu e meu avô somos muito gratos muito mesmo porque graças a vocês conseguimos conhecer esse livro fantástico. (HODOR CAVALO, 2020d)

Postagem:

HODOR!

Meninas, na verdade não é pergunta, mas sim agradecimento! Obrigada pela ideia/execução desse *podcast*, a parte ruim é que não tem todo dia, kkkk. Quando termino de escutar um capítulo, mais fico ansiosa para o próximo :) Assisto a série desde o começo e confesso que dá uma preguicinha em ler os livros pelo número de páginas dos mesmos! Mas não tem como não querer se aprofundar ainda mais nas crônicas, com esse conteúdo maravilhoso! Já providenciei os livros e estou aguardando para acompanhar com vocês! (HODOR CAVALO, 2020e)

Postagem:

Muito legal! Tenho a coleção e me animei pra ler por causa do *podcast*! S2 (Só pra registrar, carol vc é a mulher mais linda que eu já vi na minha vida,! Rs, com todo respeito e nenhuma demagogia,! S2) (HODOR CAVALO, 2020f)

Postagem:

Caramba, mas que programa excelente foi esse! Eu não me recordava de diversas informações que vocês disseram, é incrível como vocês conseguem contextualizar as informações futuras com o que está acontecendo agora no começo. Queria muito reler as Crônicas, mas falta tempo... mas estou satisfeito

em redescobrir a série pelo *podcast* :) (HODOR CAVALO, 2020e)

Como podemos observar por meio dessas mensagens, tanto selecionadas para ser lidas no programa, quanto deixadas pelas Beterrabas em fúria nos comentários do *site*, o *podcast* atingiu o objetivo de incentivar à leitura e à releitura da saga de Martin e os diferentes leitores demonstram as mais variadas motivações para ler, porém, frisam a importância do *podcast* nesse processo. O programa tem atraído o mais diversificado público, de diferentes localidades e de diferentes idades, que faz diferentes usos do conteúdo, como pode ser notado pelo último comentário citado, em que a ouvinte não tem tempo para ler, mas se contenta em acompanhar os capítulos do livro pelo *podcast*. Outro uso que pode ser citado é o de H. e seu avô, que o utilizam como uma espécie de *áudio-book*.

CONCLUSÃO

Esta pesquisa endossa a citação que abre esta discussão: nunca se leu e escreveu tanto como agora, na era das redes móveis. O mundo conectado da cibercultura, em que o consumidor se torna produtor, em uma infinidade de meios e conteúdos a compartilhar, o leitor se torna fã, e o fã se torna parte do *fandom*, em que o conteúdo é construído de forma coletiva. Nessa realidade, ultraconectada, entrecruzam-se o universo das *Crônicas de gelo e fogo* e o *podcast Hodor cavalo*, referência e produto derivado, criado a partir de fãs. Ambos são narrativas transmidiáticas, possuem seu próprio *fandom* e uma verdadeira legião de seguidores. Desse modo, é possível observar, por meio dos números presentes nos canais das criadoras do *podcast*, que, mesmo antes de iniciar o projeto, elas tinham grande influência no meio dos fãs da saga de Martin. O *Hodor cavalo* surpreende pela quantidade de *downloads* que possui, por ser um conteúdo de nicho, abordando algo bem específico, como um capítulo de um determinado livro. Esses números demonstram a consolidação desse projeto literário transmidiático, que reúne em torno de si uma comunidade leitora assídua, parte formada por meio do *podcast*.

Analisando a relação entre o *podcast* e o seu próprio *fandom*, é possível confirmar que a relação próxima entre as locutoras e os ouvintes, somados à qualidade do conteúdo entregue, é responsável pela eficácia em alcançar o objetivo de incentivar a leitura. Por meio da seção de perguntas e respostas e pelas redes sociais do *Hodor cavalo*, comprova-se a existência de novos leitores — com características das mais variadas, mas unidos numa comunidade leitora que parte do apreço pela obra de George R. R. Martin e pelas comentadoras da obra, Carol Moreira, Mirian Castro e, mais recentemente, Flávia Gasi.

REFERÊNCIAS

BURLAMAQUE, F.; BARTH, P. A. A transmidialidade na constituição das sagas fantásticas. In: BURLAMAQUE, F.; RETTENMAIER, M. (Orgs.) *Novas leituras do mundo*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2016, p.177-196.

CARVALHO, D. B. A; VIÉGAS, P. C. A formação do leitor juvenil e o fandom: cruzando a trilha do letramento literário-digital. In: BURLAMAQUE, F.; RETTENMAIER, M. (Orgs.) *Novas leituras do mundo*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2016, p.125-146.

COUTO, E. S. Ler e escrever na cultura digital: rotas, nexos, e redes móveis. In: Rösing, T. M. K. (Org.). *Literatura e identidade na era da mobilidade*. Passo Fundo: Universidade de Passo Fundo, 2016, p. 31-56.

HODOR CAVALO. *Lorde Snow / Jon III, A guerra dos tronos*. Disponível em: <https://hodorcavalo.com.br/2019/06/22/020-lorde-snow-jon-iii-a-guerra-dos-tronos/>. 22 jun. 2019. Acesso em: 15 set. 2020a.

_____. *O começo do fim / Prólogo, A guerra dos tronos*. Disponível em: <https://hodorcavalo.com.br/2018/07/06/ep001/>. Acesso em: 15 set. 2020b.

_____. *Seis lobos na neve / Bran I, A guerra dos tronos*. Disponível em: <https://hodorcavalo.com.br/2018/07/20/002-seis-lobos-na-neve-bran-i-a-guerra-dos-tronos/>. Acesso em: 15 set. 2020c.

_____. *Táticas de guerra / Eddard XI, A guerra dos tronos*. Disponível em: <https://hodorcavalo.com.br/2019/12/13/044-taticas-de-guerra-eddard-xi-a-guerra-dos-tronos/>. Acesso em: 15 set. 2020d.

_____. *Uma mensagem na noite / Catelyn II, A guerra dos tronos*. Disponível em: <https://hodorcavalo.com.br/2018/09/28/007-uma-mensagem-na-noite-catelyn-ii-a-guerra-dos-tronos/>. Acesso em: 15 set. 2020e.

_____. *Uma refeição em família / Tyrion I, A guerra dos tronos*. Disponível em: <https://hodorcavalo.com.br/2018/11/16/010-uma-refeicao-em-familia-tyrion-i-a-guerra-dos-tronos/>. Acesso em: 15 set. 2020f.

_____. *Voltando para casa / Jon V, A guerra dos tronos*. Disponível em: <https://hodorcavalo.com.br/2019/11/29/042-voltando-para-casa-jon-v-a-guerra-dos-tronos/>. Acesso em: 15 set. 2020g.

HOLANDA, G. *Os dados mais importantes, ou não, do melhor podcast sobre As crônicas de gelo e fogo*. Disponível em: <https://datahodor.firebaseio.com/>. Acesso em: 13 set. 2020.

ISTO É. *'Game of thrones': números superlativos*. Disponível em: <https://istoe.com.br/game-of-thrones-numeros-superlativos/>. Acesso em: 16 set. 2020.

KIRCHOF, E. R. A literatura infantojuvenil e o mundo digital. In: BURLAMAQUE, F.; RETTENMAIER, M. (Orgs.) *Novas leituras do mundo*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2016, p. 109-124.

LEBRUN, M. A emergência e o choque das subjetividades de leitores do maternal ao ensino médio graças ao espaço interpretativo aberto pelos comitês de leitura. Tradução de Gabriela Rodella de Oliveira. In: ROUXEL, A; LANGLADE, G; REZENDE, N. L. *Leitura subjetiva e ensino de literatura*. São Paulo: Alameda, 2013, p. 133-148.

LUIZ, L.; ASSIS, P. O podcast no Brasil e no mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais. *Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação — Intercom — Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*, Caxias do Sul, 2-6 set. 2010, p. 1-15.

MIRANDA, F. M. *O fandom como sistema literário: uma análise crítica do texto na era da reapropriação virtual*. Dissertação (Mestrado em Teoria da Literatura). Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística, Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2009.

MURTA, C. M. G. *Um estudo sobre podcasteros de Game of thrones*. Dissertação (Mestrado em Imagem e Som). Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2016.

PADRIM. *Hodor cavalo*. Disponível em: <https://www.padrim.com.br/hodorcavalo>. Acesso em: 13 set. 2020.

RAMOS, G. A participação do público na construção da pauta dos podcasts. In: MARTINS, M. L.; MACEDO, I. (Eds.). *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre culturas: interfaces da lusofonia*. Braga: CECS, 2019, p. 540-552.

RETTENMAIER, M.; MATOS, J. A nova postura do leitor e os novos sentidos do texto poético. In: RETTENMAIER, M.; RÖSING, T. M. K.: *Questões de literatura para jovens*. Passo Fundo: Universidade de Passo Fundo, 2005, p. 150-169.

REZENDE, N. L. Apresentação ao público brasileiro. In: ROUXEL, A; LANGLADE, G; REZENDE, N. L. *Leitura subjetiva e ensino de literatura*. São Paulo: Alameda, 2013, p. 7-18.

REZENDE, N. M. G.; NICOLAU, M. Sob o domínio dos fãs: o uso das redes sociais de vídeos em torno da série Game of thrones. *Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Rio de Janeiro, 2015, p. 1-15.

_____. *HBO, Game of thrones, Mikannn e Carol Moreira: um estudo sobre as relações entre o mercado e a produção de fãs na TV contemporânea*. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Midiáticas). Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2017.

RÖSING, T. M. K.; VARGAS, M. O distanciamento entre as práticas de leitura escolares e os interesses online dos jovens. In: RETTENMAIER, M.; RÖSING, T. M. K. *Questões de literatura para jovens*. Passo Fundo: Universidade de Passo Fundo, 2005, p. 73-89.

ROUXEL, A. A autobiografia de leitor e identidade literária. Tradução de Neide Luiza Rezende. In: ROUXEL, A.; LANGLADE, G.; REZENDE, N. L. *Leitura subjetiva e ensino de literatura*. São Paulo: Alameda, 2013, p. 67-88.

SILVA, A. C. C. S. *A utilização de novas mídias digitais como fonte de informação: um estudo exploratório sobre podcasts*. Trabalho de Conclusão de Curso

(Bacharelado em Biblioteconomia). Instituto de Ciências Humanas e da Informação, Universidade Federal do Rio Grande, Rio Grande, 2019.

TOLEDO, G. M. Perfurabilidade em seriados: espectadores como investigadores em Game of thrones. *Lumina*, v. 10, n. 2, Juiz de Fora, ago. 2016, p. 1-13.

VILLARTA-NEDER, M. A.; FERREIRA, H. M. O podcast como gênero discursivo: oralidade multissemiótica aquém e além da sala de aula. *Letras*, n. 1, Santa Maria, Especial 2020, p. 35-55.

WESCHENFELDER, E. V. Contar histórias: vozes contagiantes da narrativa presencial. In: RETTENMAIER, M.; RÖSING, T M. K. *Questões de literatura para jovens*. Passo Fundo: Universidade de Passo Fundo, 2005, p. 109-125.