
Design do mundo ficcional da série *Game Of Thrones*

João Carlos Massarolo ¹
Dario Mesquita ²

Resumo: O presente trabalho pretende analisar a abertura de *Game of Thrones* (HBO, 2011-) buscando compreender a participação do design na concepção do mundo ficcional da série. Além de demarcar a identidade visual, o design remodela o mapa cartográfico de *Westeros*, evidenciando assim as relações de poder estabelecidas a cada episódio. Neste trabalho, a sequência de abertura da série televisiva é analisada como um pequeno filme do mundo codificado do programa, que é materializado na tela através do design para proporcionar uma experiência imersiva ao público.

Palavras-chave: televisão; série; design; vinheta de abertura; mundo ficcional.

Abstract: This paper aims to analyze the opening series *Game of Thrones* (HBO, 2011-) trying to understand the participation of design in the fictional world of the series design. In addition to demarcate the visual identity, design reshapes the cartographic map of *Westeros*, thus demonstrating the power relations established every episode. In this work, the opening sequence of the television series is analyzed as a short film in the world encoded program, which is materialized on the screen through design to provide an immersive experience to the public.

Keywords: television; series; design; opening sequence; fictional world.

Introdução

Historicamente, a ficção seriada televisiva encontra-se inserida numa grade de programação, motivo pelo qual a configuração do seu conteúdo é estruturada de forma segmentada, composta por temporadas e episódios. O modelo de serialização em episódio da TV aberta obedece o fluxo televisivo,

¹ Professor Associado do Departamento de Artes e Comunicação (DAC/UFSCar), e do Programa de Pós- Graduação em Imagem e Som da Universidade Federal de São Carlos (PPGIS/UFSCar). E-mail: massarolo@terra.com.br.

² Professor Assistente do Departamento de Artes e Comunicação – DAC/UFSCar. Pesquisador do Grupo de Estudos sobre Mídias Interativas em Imagem e Som (GEMInIS). E-mail: dario.mirg@gmail.com.

pautado pela divisão da sua grade em diferentes programas, que por sua vez são divididos em blocos, que são separados por intervalos comerciais. Entre os blocos, e também ao final de um episódio, são posicionados ganchos narrativos, que instalam o efeito suspensivo capaz de manter a atenção do público durante o intervalo comercial, bem como a sua curiosidade sobre os rumos do episódio seguinte. Por outro lado, as vinhetas de passagem servem como um alerta de retorno do programa, servindo de conector da fragmentação episódica dispersa pelo fluxo televisivo.

No modelo tradicional da TV comercial, o telespectador sente a interrupção da narrativa e necessita manter-se imerso no fluxo televisivo para poder acompanhar os desdobramentos narrativos a cada novo episódio. Deste modo, a unidade dramática da estrutura episódica desenvolvida pela TV aberta possui características que a distinguem do formato de série que vai ser desenvolvido pelas emissoras de TV por assinatura. Os canais da TV a cabo (HBO e Showtime, entre outros) não necessitam de anunciantes, pois são mantidos através de assinatura, o que lhes permitiu abolir a fragmentação dos episódios e, conseqüentemente, também excluíram a exibição das vinhetas de passagem.

Do mesmo modo, plataformas de VOD (*video on demand* - video sob demanda), como a Netflix, não apresentam mais segmentação em blocos, nem vinhetas de passagem. A ausência da fragmentação em blocos incentiva a prática de *binge-watching* (ato de assistir compulsivamente, em tradução livre) ou *media marathoning* (maratona de mídias, em tradução livre). Deste modo, os telespectadores têm a oportunidade de realizar agência sobre as aberturas, “o que significa que eles se tornam capazes de desconstruir a forma da série e, em certa medida, ignorar as lacunas entre os episódios” (EDE, 2015, p. 96).

O telespectador exerce agência sobre a abertura quando deseja omitir ou “apagar” os créditos iniciais, por representar uma interrupção da prática de *binge-watching*, haja visto que o recurso de reprodução automática de episódios torna desnecessário chamar a atenção do público para o programa. No entanto, a opção de rever os créditos iniciais ao acessar um novo episódio

desperta no público a visão de uma abertura atualizada, que informa os avanços da série, como é o caso de *Game of Thrones* (HBO, 2011-)³.

Neste sentido, a exibição dos créditos iniciais de *Game of Thrones* na plataforma *Net Now* ou HBO GO⁴ é uma demonstração de que o paratexto atrai tanto os fãs da prática de *binge-watching* quanto o telespectador casual, mesmo que, por natureza, o paratexto seja desconectado do texto principal. Para Genette (2009, p.145), o paratexto é uma “espécie de texto liminar (preliminar ou pós-liminar), autoral ou alógrafo, que consiste num discurso produzido a propósito do texto que segue ou que antecede”. Ou seja, o paratexto alerta sobre as características do programa a ser exibido, através de sua síntese narrativa.

Na TV aberta, além do posicionamento dos ganchos e das vinhetas de passagem (“estamos apresentando”), responsáveis pela fragmentação do episódio em blocos, outras ferramentas foram criadas para manter o público conectado ao fluxo narrativo da programação. Entre os elementos estruturais de uma série, as sequências de abertura e encerramento são importantes por separarem a série da programação televisiva. As vinhetas de abertura “tendem a ser mais descritivas ou mesmo meta-narrativas quando acompanham conteúdos ficcionais” (SCHIAVONI, 2015, p.68-69), enquanto as vinhetas de encerramento têm a função de creditar a equipe responsável pela execução do projeto.

Uma das principais funções das sequências de abertura é de atrair e transportar o público do mundo real para o mundo ficcional, facilitando sua imersão no universo narrativo da série, além de introduzir os personagens e os principais conflitos, bem como a temática e gênero. Normalmente, as aberturas são exibidas logo após o prólogo ou a recapitulação de cada episódio e, apesar de muitas vinhetas serem repetitivas e não acrescentarem nada de novo a cada episódio ou temporada, elas são partes constituintes da experiência de imersão.

³ *Game of Thrones* é uma série norte-americana, produzida e exibida pelo canal pago HBO desde 2011. Criada por David Benioff e Daniel B. Weiss, a obra é uma adaptação da saga literária *As Crônicas de Gelo e Fogo*, do escritor George R. R. Martin.

⁴ Tanto no canal HBO da plataforma *Net Now*, como na sua plataforma VOD, os episódios de *Game of Thrones* são disponibilizados integralmente, tal como no canal da TV a cabo, incluindo a sequência completa de abertura.

Os novos episódios rerepresentam a mesma ambientação dos mundos ficcionais, que nos é familiar e reconfortante, fornecendo ritmo e andamento aos arcos narrativos.

Esther Van Ede, da Utrecht University, retoma essa questão em sua dissertação: *Gaps and Recaps: Exploring the Binge Binge-Published Television Serial* –para afirmar que, “a função mais importante da sequência de abertura é sugerir que o episódio não tem uma identidade totalmente autossuficiente, mas que faz parte de uma temporada.” (EDE, 2015, p. 21). Ou seja. Os créditos iniciais relacionam cada episódio à totalidade da temporada, criando por meio do design a marca da abertura de uma série.

A sequência de abertura evidencia os futuros desdobramentos de uma série, fornecendo através da recapitulação ou repetição do que já se passou, novos sentidos para os episódios que estão por vir. Por outro lado, as práticas dos fãs dependem do tipo de abertura que é utilizado numa temporada. Os créditos finais criam uma interrupção, e essa lacuna faz o telespectador retornar da imersão na obra e partir em busca de novas experiências ou, então, permanecer conectado ao programa. A relações que se estabelecem entre episódios novos e velhos determinam a identidade de uma série, criando uma ponte espaço-temporal entre os fragmentos de história dispersos no fluxo televisivo, evidenciando a complexidade narrativa do mundo ficcional criado.

As novas práticas de consumo que privilegiam a imersão nos mundos ficcionais por longos períodos de tempo causaram um impacto significativo no formato das vinhetas. Na TV aberta, as sequências de abertura são relativamente curtas, exibindo uma síntese narrativa de cada episódio, além de demarcar claramente o seu início e fim, dentro do fluxo televisivo: “*Arrow* (2010, CW) – 5 segundos, *Bates Motel* (2013, A&E) – 10 segundos, *Under the Dome* (2013, CBS) – 10 segundos, *How to Get Away with Murder* (2014, ABC) – 5 segundos ou *Lost* (2004, ABC) – 12 segundos.” (NETO, 2016, p. 61)

Enquanto na TV aberta a duração dos episódios gira em torno de 40 minutos, nos canais por assinatura a duração média de um episódio é de 50 minutos, devido ao fato de que o corte dos *breaks* ao longo da programação

permitiu estender o tempo de duração dos episódios. Assim, nos canais por assinatura a abertura ocupa um lugar mais nobre ao se considerar que, em média, o seu tempo de duração é 10 vezes maior do que na TV aberta: “*Dexter* (2006, Showtime) – 1:57, *Game of Thrones* (2011, HBO) – 1:42 ou *Vikings* (2013, History Channel) – 50 segundos.” (NETO, 2016, p. 61)

A maior duração dos episódios nas emissoras por assinatura gerou uma série de mudanças no formato das aberturas, mas o fator determinante desse processo foi a exclusão dos intervalos. A mudança estrutural da abertura se fez acompanhar pela diminuição da quantidade de episódios, ocasionando um hiato maior entre as temporadas. Essas inovações permitiram o aprimoramento artístico das sequências de abertura, agregando valor para a TV a cabo. Nas emissoras por assinatura, as aberturas ganharam destaque por se constituírem numa porta de entrada privilegiada para o fã de uma série.

O aprimoramento artístico das aberturas posiciona a vinheta como uma “marca” de nicho, capaz de agradar os fãs e agregar novos telespectadores, enquanto a trilha sonora se converte num chamamento para o público voltar a assistir à série toda vez que a trilha tocar. O *Emmy Awards* - premiação atribuída a programas e profissionais de televisão, equivalente ao Oscar da televisão, iniciou, em 1997, a categoria melhor abertura⁵, que permanece até os dias atuais. Na recepção sob demanda, mesmo que a sua exibição represente uma interrupção na prática de *binge-watching*, o tempo de duração das sequências de abertura das séries produzidas pela *Netflix*, por exemplo, se aproxima do tempo de duração da TV por assinatura: *Orange Is The New Black* (2013) – 1:10, *Hemlock Grove* (2013) – 50 segundos, *Daredevil* (2015) – 1 minuto, *Jessica Jones* (2015) – 1:10 e *Sense8* (2015) – 1 minuto. (NETO, 2016, p. 61).

Nesta perspectiva, percebe-se que, para a *Netflix*, as sequências de abertura ocupam um lugar de destaque no cenário audiovisual contemporâneo, motivo pelo qual a empresa investe na criação de vinhetas para atrair novos

⁵ <http://www.emmys.com/awards/nominees-winners/2016/outstanding-main-title-design>

públicos para a plataforma. Os criadores da série *Game of Thrones* também tiveram essa mesma preocupação estética e formal – representar de forma experimental o design do mundo ficcional no pequeno filme de abertura, decodificando aspectos sociais, políticos e culturais da obra.

O mundo ficcional de *Game of Thrones*

No design da abertura da série⁶ predomina a representação por materiais diversos, tais como metal e madeira, combinados sob um aspecto mecânico e artesanal construído por tecnologia digital - visualmente influenciado em esboços de máquinas desenhadas por Leonardo Da Vinci no século XV (PERKINS, 2011). A abertura conduz o público em uma câmera subjetiva, que passeia pela paisagem do mundo de *Westeros*, iluminado por um sol contido em um astrolábio⁷ de metal, dotado de arcos giratórios gravados com a história do mundo de *Game of Thrones* e com os brasões das principais famílias que detém o poder em *Westeros*.

A medida que o olhar do espectador é conduzido, cidades e paisagens são erguidas por engrenagens - um mundo naturalmente mecanizado que surge como parte de um jogo de tabuleiro em construção, destacando as principais localidades por onde transcorrem a ação do seriado. Conforme os acontecimentos de *Game of Thrones* desenrolam-se na série, o mapa vai se transformado de modo a se alinhar a com diegese da obra, resultando numa construção literal do mundo ficcional.

A abertura da série demarca a identidade visual e o design da série, mas também fornece informações sobre o mundo codificado – podemos considerá-la como a materialização da dinâmica das redes e dos laços políticos que são criados e refeitos pelas disputas de poder entre os reinos.

Para que a completude dessa construção de mundo se componha, ela deve seguir determinadas configurações abstratas que delimitem características culturais, temporais e espaciais que, quando combinadas, dão origem a,

⁶ Cf.: https://youtu.be/s7L2PVdrb_8

⁷ Antigo instrumento criado por volta de 150 a.C. e utilizado para medir a altura dos astros acima do horizonte, auxiliando especialmente na navegação marítima.

primeiramente, uma imagem mental de uma realidade fictícia que pode ser partilhada por diversos atores (autores e o público), e, em seguida, representada por diferentes suportes de mídia (DENA, 2009). Essa compreensão de mundo ficcional como algo em construção a partir de qualidades abstratas permite visualizar como o design é um elemento importante a ser empregado para dar suporte à representação de uma série como *Game of Thrones*. O design estaria intrinsecamente ligado a como características abstratas do mundo ficcional de *Westeros* devem ser estrategicamente comunicados ao público, permitindo uma fácil inserção deles a todos os elementos complexos (trilhas narrativas, questões de poder e política, paisagens diversas, etc.), conduzindo-o em um processo de imersão na obra.

Como explica Dena (2009), designs são meios para realizar discursos no contexto comunicacional de uma dada situação (roteiros, fluxogramas e outros). Mas os designs também acrescentam algo de novo, “eles realizam a comunicação que altera os conhecimentos socialmente construídos na (inter)ação da vida social. Ao contrário de um discurso, que é dito mas não realizável, o design realiza o discurso” (DENA, 2009, p.7-8). Para Flusser (2007), a compreensão dos valores e a subjetividade de uma determinada sociedade acontece pelo entendimento dos designs que a povoam, e isto é cada vez mais mediado pelas mídias - que representam e reconfiguram realidades (ficcionalis ou não) pelo ordenamento de códigos dotados de significados distintos. Segundo o autor, vivemos em mundos codificados, criados por “designs cada vez mais perfeitos, liberar-nos cada vez mais de nossa condição e viver de modo cada vez mais artificial” (FLUSSER, 2007, p. 186). Em concordância, Rose (2011) aborda que cada vez mais as mídias estão voltadas para a criação de mundos, ricos em sua constituição, que convidam o sujeito a imersão em novas experiências sensoriais e cognitivas.

Não só por envolver uma dimensão sensorial, o design de uma representação é dotado de um sentido amplo que abarca igualmente características também políticas de determinada dimensão social. Como o capitalismo contemporâneo (chamado cognitivo ou cultural) sustenta-se principalmente da criação e de produtos estéticos, os limites entre uma ação

política e uma institucional, mesmo no entretenimento, se confundem, pois “umas se adentram às outras reconfigurando a paisagem subjetiva que experimentamos” (JESUS, 2014, p. 16). Isso não se delimita em não apenas demonstrar visualmente posições de poder na sociedade (pela arquitetura do ambiente, pelo vestuário, pelas cores, etc.), mas também a possibilidade de manifestação e de participação direta nas tomadas de decisões políticas, por diversas interfaces possíveis (mídias, redes sociais, fóruns de discussão, etc.) – contextos nos quais a noção de design deve ser lembrada como intrinsecamente relacionada à ação política.

Numa profusão de mundos criados por designs através das mídias, torna-se pertinente compreender como o design pode formar subjetividades e reverberar possíveis – que possibilitem o encontro e a partilha entre os sujeitos, indo além das funções desenhadas e programadas pelas mídias e seus mundos criados –, sendo possível apontar alguma transformação da paisagem subjetiva e objetiva. Nesse sentido, as apropriações dos fãs diante das obras do entretenimento surgem como formas contemporâneas para (re)construção de mundos ficcionais e suas variáveis, reelaborando os designs a fim de gerar novos contextos sociais e políticos.

Na narrativa épica da série, sete famílias nobres lutam no continente de *Westeros* para a conquista do Trono de Ferro – moldado pelo fogo de um dragão sobre várias espadas, o símbolo máximo de poder dos reinos unificados. Além de *Westeros*, atravessando o Mar Estreito, encontra-se o continente de *Essos*, caracterizada por cidades independentes onde habitam ricos comerciantes, traficantes de escravos, aldeões rurais e tribos bárbaras, todos espalhados pelo território. Porém, enquanto os jogos de poder remodelam a geografia do mundo de *Game of Thrones*, ao norte de *Westeros*, além da muralha, um inverno de mil anos impera e esconde uma ameaça de tempos antigos: os *walkers*, um misto entre bruxos e mortos-vivos que podem destruir todos os setes reinos.

Neste sentido, o caráter épico da narrativa de *Game of Thrones* “[...] determina e limita diretamente o que é possível dentro de uma estória, como

seu design deve prever o conhecimento e as antecipações do público” (MCKEE, 2006, p. 93). Além das tramas dos personagens que habitam *Westeros* e *Essos*, também é explorada toda uma cultura e costumes que regem diferentes regiões geográficas, além da representação de diferentes famílias de nobres, com os brasões da suas Casas e valores distintos. *Game of Thrones* é rico como um mundo de histórias, num passado narrado por lendas e fábulas populares de grandes feitos, que contam suas origens das mais diferentes formas. Uma realidade que não se contenta apenas com sua obra televisiva, mas que também possui extensões transmídia, tais como as animações que narram os acontecimentos históricos de *Westeros*, disponíveis como conteúdo extra nos boxes das temporadas⁸; ou pela criação de histórias não canônicas dos fãs (*fanfiction*, *fanfilm*), que conseguem ler os designs do mundo codificado e replicá-lo segundo sua intenções e valores.

A elaboração de um mundo que perpassa por diferentes mídias pode ser compreendida a partir da ideia de *transmedial world* (mundo transmidiável), cunhado por Suzana Tosca e Lisbeth Klastrup (2004, p. 1) como um sistema de conteúdos abstratos a partir do qual um repertório de histórias fictícias e personagens podem ser atualizados ou derivados através de uma variedade de mídias. Para as autoras, é essencial que tanto o público como os *designers* do mundo transmidiável do partilhem uma imagem mental das características distintas do universo ficcional – que podem ser reelaboradas e mudando ao longo do tempo. As qualidades centrais encontradas em quaisquer mundos podem ser categorizadas em três dimensões: 1) *ethos* – abrange as questões sobre a ética explícita e implícita dos códigos (morais) de comportamento no mundo, moldando como os personagens agem; 2) *mythos* – o pano de fundo de histórico que contextualiza os acontecimentos e os conflitos; e 3) *topos*, a ambientação do mundo em um determinado período histórico e o detalhamento de sua geografia.

Nesse sentido, a abertura da série mostra-se como uma representação clara e sintética do *topos* de *Game of Thrones*. Dentro de um passeio pela

⁸ Cf.: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLZ7oRMvXKTbttHm32XaQBCTTG5Bjbim9D>

cartografia do mundo da série, somos apresentados a uma máquina movida por engrenagens que demarcam visualmente os reinos e que tem sua paisagem modificada conforme as relações de poder são alteradas a cada episódio. A abertura demarca a identidade visual e o design da série, mas também trabalha em outro nível, no plano formal do mundo codificado, o que podemos considerar o design político de *Game of Thrones* – ela materializa o design dinâmico das redes e laços políticos que são criados e refeitos pelas disputas de poder entre os reinos. As engrenagens da abertura ajudam a representar o movimento da história, como um pano de fundo sobre o qual se desenha o mundo possível narrativo.

Os mundos possíveis da teoria da narratividade são construções culturais, estruturas de dados que o texto narrativo permite ao leitor reconstruir com base em indícios que o próprio texto fornece. À medida que avança na leitura, o leitor é capaz de acrescentar novos elementos à construção mental com a qual representa para si mesmo o mundo do texto. (VOLLI, 2007, p. 106)

Para Ryan (1991), o próprio mundo ficcional primário surge de uma relação de possível a partir da própria realidade atual do público - semelhanças que por sua vez influenciam a acessibilidade. Isto é, quão semelhante é o mundo ficcional ao mundo real? Se semelhantes, então o mundo ficcional é mais acessível ao público, em muito devido à repetição de padrões cênicos, narrativos e estéticos, que explicitam as características do *ethos*, *mythos* e *topos*.

Essa acessibilidade entre mundos, por semelhança, pode ser compreendida como uma estratégia de imersão – o que permite não só acesso e compreensão das ações que povoam o universo ficcional, mas uma experiência mais intensa de vivência do mundo mimetizado em suas dimensões cognitivas (compreensão de todo o sistema de design que sustenta a obra), afetiva (formação de vínculo com os personagens) e sensorial (modos de estímulos sensoriais reconhecíveis e verossimilhantes). Um modo de envolvimento que requer uma ação ativa do sujeito em *encenar a crença* no mundo ficcional, para pode então manipular os diversos elementos abstratos da obra através dos designs existentes nela. Desse modo, pela imersão e pela interação com os

designs surgem novos mundos possíveis que se contrapõe ao cânone ficcional original.

A abertura de *Game of Thrones* apresenta-se de forma sintética e engloba os principais elementos da série, denotando especialmente as relações geográficas e políticas. Para a construção de um canal de acessibilidade para com o público, são empregadas estratégias narrativas que imergem o público no mundo de fantasia e tramas complexas de Westeros. Mas que, também, fornece ferramentas acessíveis para o público para conceber subjetivamente novos mundos possíveis.

As múltiplas faces do design em *Game of Thrones*

Para a compreensão do design do mundo ficcional de *Game of Thrones* é importante discutir as relações possíveis entre o design e a política, tendo em vista a construção de mundos possíveis acessíveis. Para Flusser (2007), o design está entre o material e o imaterial, pois existem dois modos distintos de pensar e projetar: o material e o formal. O material cria representações da realidade e de mundos imaginários, enquanto o formal produz modelos, projetos arquitetônicos e engenharia. Os modos relacionam-se constantemente, pois por trás do material sempre há as formas em práticas - a forma faz o material transparecer, assim, uma “maneira material de ver enfatiza aquilo que aparece na forma, a maneira formal realça a forma daquilo que aparece” (FLUSSER, 2007, p. 29).

Na abertura da série, esse modelo formal é visualizado por meio de um mapa: através de uma câmera que simula a visão aérea, mostra-se a topografia dos continentes de *Westeros* e *Essos*. À medida que a câmera se aproxima do terreno, as construções importantes de cada região são exibidas emergindo do solo, compostas por engrenagens em funcionamento. Neste caso, as imagens representativas que emergem sobre o fundo estático de um cenário em movimento são as cidades-estado da antiguidade, período no qual a série se situa.

Por estarem em construção, as cidades-estado sofrem contínuas transformações e no desenrolar dos episódios, as mudanças nas representações

produzem alterações no mapa da abertura, transformando-as em personagens centrais da composição narrativa da série televisiva. Assim, as cidades-estado, enquanto personagens centrais da série, expandem-se e contraem-se de acordo com os conflitos desenvolvidos em cada episódio no universo de *Westeros* e *Essos*.

A abertura foi criada sob direção de Angus Wall, sob encomenda da HBO ao grupo Paper Rock Scissors. Segundo o diretor, “ela é exibida perpetuamente. Realmente, algo de fato orgânico, evolutivo, em constante mudança, o que é algo que a torna única”⁹. O script original, de Dan Weiss e Dave Benioff, produtores da série, previa uma sequência na qual um corvo voaria das cidades do *Porto do Rei* a *Winterfell* (principais espaços dramáticos da primeira temporada), porém, os resultados com as experiências preliminares não foram satisfatórios, notou-se uma dificuldade de localização por parte do público quanto ao novo mundo ficcional. Sugeriu-se então a criação de pequenos pedaços de mapa, facilitando a orientação dentro do continente fictício. Analisando-se os roteiros dos dez primeiros episódios, constatou-se que territórios teriam relevância variada de acordo com a narrativa, sendo necessário alterar a vinheta progressivamente, tornando-a coerente com o arco dramático do episódio aberto por ela.

Esse mundo modular é explicitado por engrenagens em movimento constante, mesmo quando a câmera se desloca de um reino para outro, o que evidencia um “fazer” associado à noção de automatismo das máquinas, próprio da sociedade industrial – em que o natural e o artificial eram espaços distintos e não interligados em uma cadeia de ações e reações –, de fé na ciência e nos aparatos técnicos, sem se racionalizar sobre as consequências humanas e ecológicas (MARGOLIN, 2014). Mesmo que muitos dos brasões das principais famílias (Fig. 1) remetam a elementos da natureza (o lobo, o leão, o pássaro, etc.), há no decorrer da série um total desprendimento ao mundo natural e suas ameaças, a exemplo do Grande Inverno que surge além muralhas do norte de

⁹ Cf.: <http://www.forbes.com/sites/johnaxelrod/2013/03/30/how-the-innovative-game-of-thrones-opening-credits-spring-to-life-in-season-3/#2710e6566773>

Westeros, mas é desconsiderada pelos reinos, cada vez mais preocupados em controlar as engrenagens políticas do poder.



Figura 1: Brasões das principais famílias nobres de *Games of Thrones*.

Fonte: <http://goo.gl/p31uTH>

A cada novo espaço visitado pela abertura, novas cores e formas estéticas surgem (Fig. 2), delineando diferentes reinos e sociedades, que suscitam a existência de diferentes formas culturais de vida. Entretanto, essa representação de formas de vida social engendradas como peças de máquinas (autômatos), denotam caráter político dissociado da realidade social do mundo criado, bem como das ações cotidianas das personagens da série. Mesmo que a abertura se mostre dinâmica¹⁰, com a geografia se modificando a cada novo macro evento da série (cidades que são destruídas, reinos que são conquistados), as ações surgem como consequência de um ato supremo, como prescrito por uma força maior, sob o olhar de um sol tomado por anéis que registram os grandes eventos históricos da série através de desenhos.

¹⁰ Cf.: <https://www.youtube.com/watch?v=RWIZ71OOEos>



Figura 2: *Winterfell e Porto Real* - cidades centrais na trama da série.

Fonte: www.artofthetitle.com/title/game-of-thrones/

O humano e a natureza desaparecem diante do artificial, numa materialidade do Estado sob o domínio da máquina social primitiva (DELEUZE; GUATTARI, 2010), capaz de codificar as relações de poder, os corpos e a própria terra. As disputas entre os reinos ignoram por completo as regras de convivência entre múltiplos poderes da sociedade moderna, predominando a ineficiência do Estado, sua incapacidade para lidar com problemas sociais e o despreparo como unidade administrativa, motivo de desconfiança do povo, o que fragiliza a governança, sempre provisória e carente de legitimidade.

A tensão entre o design e a política em *Game of Thrones* introduz no interior de um mundo projetado por meio de “máquinas sem alma” os conflitos decorrentes dos sujeitos tornados escravos deste sistema. São os conflitos desencadeados nos episódios que criam novas aberturas no interior do mundo projetado, e acrescentam novas perspectivas de formas de vida. A incompletude do mundo criado gera pontos de tensão no desenrolar dos episódios e das temporadas, permitindo que os fãs se apropriem desse universo e o recrie novamente com novos possíveis, a partir da mixagem dos elementos do mundo originário com a realidade do seu próprio mundo.

Tal prática se coloca diante de novas questões do design contemporâneo, voltado ao sujeito que quer se manifestar, que quer dá forma a si mesmo através do *self-design*, ou design do sujeito (JESUS, 2014). O conceito surge em um contexto no qual os serviços e as técnicas de design avançam em sua acessibilidade e baixo custo, em meio a um capitalismo que absorve tudo, com todas as contradições e transgressões, tornando a sociedade um plural com

diversas vozes que se manifestam pelas redes midiáticas. O ato do *self-design* floresce como uma forma de inserção no universo social diverso, através da reelaboração de universos ficcionais que povoam o imaginário, haja visto como nos relacionamos com imagens, narrativas e personagens que circulam nas estruturas midiáticas, nos tornando próximos de quem nunca encontramos.

Nesse sentido, Latour (2014) compreende que o design não deve ser mais encarado apenas como um processo do fazer material ou de formas práticas. Segundo ele, na medida em que os objetos do nosso dia-a-dia são assumidos como atores sociais e políticos, com fortes impactos na subjetivação e interpretação da realidade, “mais eles se traduzem como objetos de design” (LATOURE, 2014, p. 5), artefatos que transformam (e se transformam) em diferentes contextos, nos mais diversos níveis.

O fazer design contemporâneo, para o autor, está relacionado à capacidade de transformação sob o que já foi criado, estabelecido. Latour (2014) recorre à imagem de Prometeu para descrever o antigo entendimento sobre o design, que orgulhosamente rouba o fogo dos deuses para forjar novos objetos, transformar a escuridão da noite em luz, e criar as condições de vida dos humanos e o seu próprio mundo, da mesma maneira que um deus o faria, cercando-nos também de objetos ditos, na lógica moderna e industrial, funcionais. O design prometeico possui íntima relação com a saga literária *As Crônicas de Gelo e Fogo*, representado arcaicamente na série como uma grande indústria de peça que subjuga a natureza e os indivíduos.

Hoje, viveríamos o design pós-prometeico, em que não é necessário o fogo para que criar coisas, e sim que se navegue através do que já foi forjado - como quem navega pelas águas. Tanto as tecnologias quanto o design tornarem-se ubíquos, e nós passamos de espectadores e usuários a indivíduos imersos nesse ambiente tomado por informações construídas culturalmente. Esta nova posição traz consigo, inevitavelmente, novas perspectivas e modos de ação como o *self design*, e toda uma gama de apropriações de fãs a partir da representação de mundos possíveis.

Tais qualidades podem ser encontradas em determinadas apropriações de fãs, como as versões em torno da abertura de *Game of Thrones* que reconstrõem as dinâmicas entre cidades de diferentes países e regiões. Um exemplo é a versão nordestina da abertura¹¹, criada, em 2013, pelo publicitário Raphael Goettenauer, na qual as principais cidades da região Nordeste do Brasil são destacadas no lugar de espaços urbanos importantes de *Westeros* (como de *Porto Real* e *Winterfell*), dando um maior destaque às principais obras arquitetônicas da região. Porém, diferente do original, aqui o artificial é posto em contraste com as paisagens turísticas, a câmera parte de São Luís, revelando os lençóis maranhenses, segue para Fortaleza dos Reis Magos, em Natal, passa pelo Elevador Lacerda em Salvador, o Rio São Francisco que corta diversos Estados, entre outros pontos marcantes. Porém, é interessante perceber que o Nordeste, tão representado pelo sertão e seu clima árido, o que remete à seca, conseqüentemente à pobreza, é tomado por vegetação completamente verde, que remete claramente a uma prosperidade.

Ao final do vídeo, em uma releitura do lema *Winter is Coming* (lema da família *Stark*), surge a frase *World Cup is Coming*, numa exaltação à Copa do Mundo de 2014, que no período de criação dos vídeos era o evento símbolo dos governantes do progresso do país - que ofereceria um aporte de investimentos e obras de infraestrutura para atender a população em geral, uma esperança do crescimento econômico e social em umas das regiões com maior desigualdade social do país¹².

Em contraponto a essa visão, conforme conclusões de um estudo coordenado por Zimmerman (2015, p. 57), o legado da copa é visto de forma negativa, pois, “há indícios de que a Copa do Mundo no Nordeste promoverá maiores desigualdades sociais”. Como justificativa, é apontado que houve um

¹¹ Cf.: <https://youtu.be/j39vlmqLqig>

¹² Segundo pesquisa do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) de 2015, apesar do Nordeste ter melhorado seu índice de Índice de Vulnerabilidade Social (IVS) nos últimos 15 anos, o instituto reconhece a permanência de um quadro de disparidades regionais, com a concentração das populações mais vulneráveis na região. Cf.: <http://g1.globo.com/distrito-federal/noticia/2015/09/vulnerabilidade-social-cai-mas-ainda-e-alta-no-norte-e-no-nordeste-diz-ipea.html>

grande impacto das obras nos Planos Diretores das cidades sede, sem uma discussão com a sociedade ou mesmo com os governos municipais; violação de direitos humanos pela remoção forçada de famílias de baixa renda de determinadas localidades; endividamento público em todos os níveis (federal, estadual e, especialmente, municipal); e até mesmo restrições na realizações de festas populares, como as festas juninas nos meses de junho e julho, por imposição da FIFA, tendo impacto econômico no turismo local.

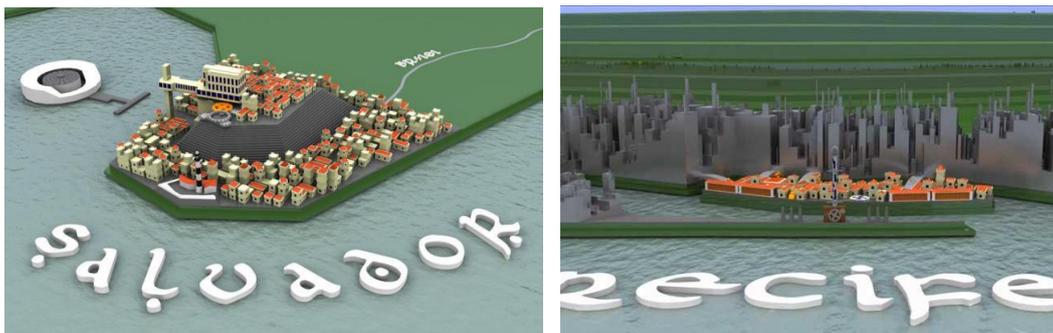


Figura 3: Salvador e Recife representas em apropriação do design da abertura de *Game of Thrones*.

Fonte: <http://rollingstone.uol.com.br/blog/westeros-vira-nordeste-brasileiro-em-versao-de-abertura-de-igame-thrones/>

De forma paralela, tal como a abertura de *Game of Thrones* exclui de seu design político todas as questões sociais e humanas - exaltando o progresso do mundo pelas engrenagens dos poderes hegemônicos, a versão brasileira explora uma exaltação e uma fé no crescimento econômico da região Nordeste, excluindo de seu design das diversas contradições sociais e políticas que regem a região. Tal forma de apropriação também foi assumida em versões de outros países, exaltando seus principais regiões turísticas e atrações naturais, como na Argentina¹³ e no Chile¹⁴ (Figura 4).

¹³<https://youtu.be/Wpeto3pnLWw>

¹⁴https://youtu.be/3x_5uR_XBOU



Figura 4: Abertura de feitas por fãs da Argentina e do Chile, respectivamente.

Fonte: Reprodução dos Autores

Por um outro viés, numa releitura do mapa do mundo da série, a empresa *Ahead Marketing Político* criou o projeto *A Guerra dos Tronos da Políticas Brasileira*¹⁵. Criado logo após as eleições presidenciais de 2014, o mapa (Fig. 4) organiza as informações e traça uma cartografia de alianças e disputadas entre diferentes líderes políticos e seus partidos – de onde surgem contradições ideológicas, em que o governo para manter governabilidade se alia a partidos com linhas de pensamento diversos, em acordos frágeis na sua manutenção¹⁶.



Figura 5: Projeto A Guerra dos Tronos da Políticas Brasileira

Fonte: Reprodução dos Autores

¹⁵ Cf.: <http://www.aheadmkt.com/guerratronos/>

¹⁶ Foucher, Marilza de Melo. Política brasileira se debate em um poço de contradições. *Correio do Brasil*, 10 jan. 2015. Disponível em: <<http://correiodobrasil.com.br/politica-brasileira-se-debate-em-um-poco-de-contradicoes/>>. Acesso em: 17 out. 2015.

Considerações Finais

Na constituição de mundos ficcionais, os desafios não se situam apenas no plano do *storytelling*, mas também do design, tendo em vista a complexidade das articulações e as dificuldades de adequação das informações, linguagens e referências estéticas de um projeto audiovisual como a série *Game of Thrones*. Atualmente, as práticas de construção de mundos ficcionais para multiplataformas estão imersas no ecossistema de design, que não se limita apenas à dimensão estética de uma realidade codificada, mas implica em formular estratégias de acessibilidade para imersão dos usuários na realidade ficcional.

A abertura da série de *Game of Thrones* representa um ponto de acessibilidade expressivo ao mundo de *Westeros*, exibindo as dinâmicas geográficas e políticas entre as diversas famílias de nobres e Cidades/Estado. Uma configuração material que expõe didaticamente a dimensão formal do mundo ficcional, que é retrabalhado por um processo de imersão dos fãs da obra para criar mundos possíveis através da re-contextualização política, histórica, geográfica e cultural do mundo original de *Game of Thrones*.

O estudo da abertura de *Game of Thrones* relaciona aspectos narrativos e de design, procurando analisar o papel da abertura de séries em diferentes plataformas, como na TV aberta e por assinatura, e em serviços de vídeos sob demanda, que permite ao usuário fazer a agência sobre a abertura das séries e apreciar o resultado de uma forma distinta do produto exibido na grade de programação da televisão. Ressalta-se também que a participação ativa dos espectadores é de fundamental importância para a concepção de um projeto de design. Ao participarem do design, os espectadores transformam-se em produtores e co-criadores, apropriando-se dos diversos elementos da realidade ficcional para expressar seu próprio ponto de vista.

Neste artigo, procurou-se evidenciar a participação do design na articulação de elementos formais e estéticos, visando à codificação de um mundo ficcional, com o objetivo de pôr em evidência as relações entre o design e a política, destacando a participação dos fãs e as ressignificações do material.

Nesta perspectiva, a participação do design consistiu basicamente em materializar na tela o pequeno filme do mundo codificado do programa, proporcionando uma experiência imersiva ao público.

O design como uma prática de projeto no ambiente multiplataforma não responde apenas pela articulação de elementos formais e estéticos das mídias, através dos seus processos interativos e mecânicos. A participação do público no design atualiza os elementos formais do mundo codificado, por meio da imersão do sujeito na experiência. Na convergência de mídias, esse processo não se restringe a uma única mídia, mas a uma rede de meios pelos quais os conteúdos circulam e onde as produções de fãs (alternativas) e as canônicas (empresariais) imprimem diversas visões de mundos (possíveis). Neste contexto, a participação do design na construção de mundos ficcional é expandida para o campo do design transmídia.

Referências

- DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **O Anti-Édipo**: capitalismo e esquizofrenia. São Paulo: Ed. 34, 2010.
- DENA, C. **Transmedia Practice**: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments. Digital Culture Program: University of Sydney, 2009.
- EDE, E. V. **Gaps and recaps**: Exploring the binge-published television serial. Master Thesis. Utrecht University: Utrecht, 2015.
- FLUSSER, V. **O mundo codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naif, 2007.
- GENETTE, G. **Paratextos editoriais**. Tradução de Álvaro Faleiros. Cotia: Ateliê Editorial, 2009.
- JESUS, E. Introdução. In: RENA, A.; RENA, N. (Orgs.). **Design e Política**. Belo Horizonte: Fluxos, 2014.
- KIEM, M. **Designing the social, and thepolitics** of social innovation. Design Philosophy Papers, n. 3, ano 2011. Disponível em: <https://www.academia.edu/1167642/Designing_the_social_and_the_politics_of_social_innovation>. Acesso em: 9 fev. 2015.
- LATOURET, B. Um Prometeu cauteloso? Alguns passos rumo a uma filosofia do design. **Revista Brasileira de Design**, São Paulo, v. 6, n. 58, jul./ago. 2014.

-
- MARGOLIN, V. **A Política do Artificial** - Ensaios e Estudos Sobre Design. São Paulo: Civilização Brasileira, 2014. Marília, SP: UNIMAR – Universidade de Marília. 1997.
- MASSAROLO, J. Storytelling Transmídia: Narrativa para multiplataformas. **Triade** - comunicação, cultura e mídia, Sorocaba, v.1, n.2, p 335-347, dez. 2013.
- MCKEE, R. **Story**: substancia, estrutura, estilo e os princípios da escrita de roteiro. Curitiba: Arte & Letra, 2006.
- NETO, O.N. **Série na TV sob demanda**: as estruturas narrativas frente as mudanças nas práticas de consumo. Dissertação de Mestrado. Bauru: PPGCOM – UNESP, 2016.
- PERKINS, W. **Game of Thrones** (2011). Art of the Title, 11 mai. 2011. Disponível em: <<http://www.artofthetitle.com/title/game-of-thrones/>>. Acesso em: 9 fev. 2015.
- RENA S., A. A multidão conectada e as máquinas de resistência. In: RENA, A.; RENA, N. (Orgs.). **Design e Política**. Belo Horizonte: Fluxos, 2014.
- RYAN, M. **Possible Worlds, Artificial Intelligence and Narrative Theory**. Bloomington: University of Indiana P, 1991.
- ROSE, Frank. **The Art of Immersion**: how the digital generation is remaking Hollywood, Madison avenue, and the way we tell stories. New York: W.W. Norton, 2011.
- SCHIAVONI, J. **Vinheta de TV**: tipos, usos e funções. Bauru: Mediaworks, 2015.
- TOSCA, S. ;KLASTRUP, L. **Transmedial Worlds** – Rethinking Cyberworld Design. Proceedings International Conference on Cyberworlds 2004, 409-413. Los Alamitos: IEEE Computer Society. Disponível em: <<http://ieeexplore.ieee.org/document/1366205/?part=1>>. Acesso em: 27 out. 2016.
- VOLLI, U. **Manual de semiótica**. São Paulo: Edições Loyola, 2007.
- ZIMERMAN, A. (Org.). **Copa do mundo de 2014**: impactos e legado. Santo André: Universidade Federal do ABC, 2013.