
Hodor Cavalo e as Beterrabas em Fúria: dinâmicas entre o podcast e seus fãs¹Aline Monteiro Homssi²

PUC Minas Virtual

Resumo

O objetivo deste artigo é observar, no *podcast* Hodor Cavalo, as dinâmicas entre as *hosts* e o público engajado, a partir da observação do fenômeno do *podcasting*. A análise é focada nos primeiros cinco episódios do *podcast* e, também, nos cinco primeiros posts do site www.hodorcavalo.com.br. Os estudos em *podcasting* nos servem de apoio para a discussão, com Lopez e Alves (2019), Viana (2023), Lopez (2024) e Kischinhevsky (2024). Para as relações entre fãs e objetos de devoção, trazemos Shirky (2011), Jenkins, Green e Ford (2014), Lopez e Homssi (2021) e Evans (2020). Utilizamos a Análise de conteúdo de Bardin (2016), em seu caráter exploratório, como método de pesquisa. Conclui-se que as *hosts* exploraram pouco o potencial de engajamento de seu público, com poucas respostas a comentários.

Palavra-chave: podcasts; fãs; engajamento.

O *podcasting*, fenômeno vindo do rádio, tem o áudio como elemento principal, ampliado quando há o surgimento de shows que adicionam à experiência sonora outros elementos e outras mídias, incluindo plataformas de redes sociais on-line. Enquanto um objeto midiático vivo e em constante transformação, *podcasts* oferecem múltiplas possibilidades de estudos. O objeto da pesquisa que deu origem a este artigo é *podcast* Hodor Cavalo³, singular em seu nascimento e desenvolvimento. Sua origem é um movimento de fãs da saga de livros *As crônicas de gelo e fogo*, de George R. R. Martin, com vídeos no *YouTube* produzidos por duas fãs engajadas, Carol Moreira e Miriam Castro, que se tornaram produtoras de conteúdo de entretenimento, com especial ênfase aos livros e à série de TV *Game of Thrones*, originada dos livros. O *podcast* surgiu como ponto de discussão dos livros, capítulo a capítulo, visando como público os fãs da saga, em livro e em vídeo e, também, os fãs das duas influenciadoras.

Tanto o nome do *podcast*, Hodor Cavalo, como o nome dos ouvintes, Beterrabas em fúria, surgiram em ações de fãs: o nome do show vem de uma teoria de fãs relacionada ao andamento da trama da série de TV *Game of Thrones*, enquanto Beterrabas em fúria é uma expressão, contida no primeiro livro da saga, eleita pelos ouvintes como o nome ideal para serem chamados pelas *hosts*.

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em Comunicação, professora do Curso de Estratégias de Alta Performance em Comunicação Digital da PUC Minas Virtual. E-mail: alinemonteiro@gmail.com.

³ Disponível em: <https://hodorcavalo.com.br/>. Acesso em: 06 Dez. 2024.

O objetivo deste artigo é analisar a dinâmica entre o *podcast* e seus fãs. Para tanto, analisa-se os primeiros cinco episódios apresentados e, também, os cinco primeiros posts do site www.hodorcavalo.com.br⁴. No site, o foco são as conversas entre as *hosts* e os comentadores. Por ser um projeto transmidiático, em que *podcast*, site, perfil em plataforma de redes sociais e grupo privado alimentam conteúdos, analisamos também os comentários nos cinco posts iniciais no site, com foco na interação entre as *hosts* e os comentadores. Hodor Cavalo deu origem a um perfil de fãs na plataforma *Instagram*, com o nome @clubehodorcavalo (posteriormente alterado para @universodegeloefogo⁵) e a um outro *podcast*, também comandado por fãs, o Beterraba Leitora. Nos dois casos, é possível observar como Hodor Cavalo mobiliza ações de fãs.

Os estudos em *podcasting* nos servem de apoio para a discussão aqui proposta, em especial com Lopez e Alves (2019), Viana (2023), Lopez (2024) e Kischinhevsky (2024). Para o aporte teórico das relações entre fãs e objetos de devoção, valem-nos Shirky (2011), Jenkins, Green e Ford (2014), Lopez e Homssi (2021) e Evans (2020). O *podcasting* aciona formas diversas de consumo (Lopez; Gambaro; Freire, 2023) e suscita diferentes relações com o público, trazendo novas formas e possibilidades de contato com os ouvintes que, para Lopez e Alves (2019), chegam a ganhar protagonismo, posição que não atingem como ouvintes do rádio convencional hertziano.

Utilizamos a Análise de conteúdo de Bardin (2016), em seu caráter exploratório, focando nos cinco episódios iniciais do show, assim como nos cinco posts iniciais do site, cada um deles relativo a um dos episódios do *Hodor Cavalo*. Como parâmetro de análise, buscamos, nos cinco episódios analisados, as ocasiões em que as *hosts* dirigem-se ao público ouvinte. Em geral, esses momentos estão no início e no final de cada episódio. O conteúdo do *podcast* dedicado à análise dos livros não é objeto desta pesquisa

Percebe-se, no recorte analisado, uma diferença entre a postura das *host* a cada episódio, incentivando o envio de e-mails e comentários por parte do público. Na fala, a partir do segundo episódio, são apresentadas formas ideais de envio de e-mails, de forma que possam ser lidos pelas *hosts* nos episódios seguintes, enfatizando que o volume é grande. Porém, a maior parte dos comentários do site, nos cinco posts analisados, fica sem respostas. Em geral, uma das *host* responde apenas a questões técnicas do *podcast*, e

⁴ Disponível em: <https://hodorcavalo.com.br/>. Acesso em: 06 Dez. 2024.

⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/universodegeloefogo/>. Acesso em: 07 Fev. 2025.

não sobre seu conteúdo ou incentivando a conversação do público, seja entre si ou com a produção.

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luis Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão**: Criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Cultura do podcast**: reconfigurações do rádio expandido. Rio de Janeiro: Mauad X, 2024.

LOPEZ, Debora Cristina. A complexidade do podcasting como fenômeno. In: KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Cultura do podcast**: reconfigurações do rádio expandido. Rio de Janeiro: Mauad X, 2024.

LOPEZ, Debora Cristina; ALVES, João. Apontamentos metodológicos para a análise de podcasts seriados. *Anais do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Universidade Federal do Pará, 2 a 7 de setembro de 2019. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0147-1.pdf>. Acesso em: 21 Jan. 2025.

LOPEZ, Debora; GAMBARO, Daniel; FREIRE, Marcelo. Binge-listening: dimensões do consumo de áudio em podcasting. *Radiofonias: Revista de Estudos em Mídia Sonora*, Mariana, v. 14, n. 03, p. 199-226, out-dez 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/7037/5508>. Acesso em: 14 Jan. 2025.

MARTIN, George R. R. **A guerra dos tronos**. Tradução de Jorge Candeias. Rio de Janeiro: LeYa, 2015.

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

VIANA, Luana. **Jornalismo narrativo em podcast**: Imersividade, dramaturgia e narrativa autoral. Florianópolis: Editora Insular, 2023.