

“I’ll go down with this ship”: percepções de shippers de Star Wars perante reações negativas no Tumblr

Susy Elaine da Costa Freitas¹

Resumo:

O filme “Star Wars: Episódio VII – O despertar da força” apresentou dois novos personagens à franquia criada originalmente por George Lucas: Rey e Kylo Ren. A dinâmica entre esses antagonistas foi assimilada por parte da comunidade de fãs como uma potencial relação amorosa, o que gerou reações negativas de outra parte do *fandom*, que viu tal relação como abusiva e o *ship*, uma apologia ao abuso sexual e outras formas de agressão. Este artigo aborda a percepção dos *shippers* sobre tais reações negativas, o alinhamento de seus discursos contra a acusação e como o *shipping* abre espaço para discussões de temas para além da obra cultuada pelos fãs a partir da noção de cultura participativa de Henry Jenkins.

Palavras-chave: Star Wars: Episódio VII – O despertar da força; cultura participativa; *fandom*; *shipping*; Tumblr.

Abstract:

The film “Star Wars: Episode VII - The force awakens” introduced two new characters to the franchise originally created by George Lucas: Rey and Kylo Ren. The dynamics between these antagonists was assimilated by a segment of the fan community as a potential romantic relationship, which generated negative reactions from part of the *fandom*, who saw the relationship as abusive and the *ship*, an apology for sexual abuse and other forms of aggression. This paper discusses the perception of shippers on such negative reactions, the alignment of its speeches against the charge and how shipping introduces discussions beyond the piece adored by fans from the concept of participatory culture by Henry Jenkins.

Keywords: Star Wars: Episode VII – The force awakens; participatory culture; *fandom*; *shipping*; Tumblr.

Artigo recebido em: 10/05/2016.

Aceito em: 08/07/2016.

¹ Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade Federal do Amazonas (UFAM), com graduação em Letras - Língua Inglesa e Comunicação Social - Jornalismo pela UFAM. Professora dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Faculdade Martha Falcão - FMF/DeVry. E-mail: freitas.sec@gmail.com.

Introdução

Jenkins (2009) explica a emergência de uma cultura participativa na contemporaneidade. Esta se relaciona a um ambiente midiático no qual os papéis de produtores e consumidores se confundem no contexto de uma cultura que é também convergente. O autor destaca que o conteúdo produzido em seu seio surge, em grande parte, relacionado ao universo do entretenimento englobado pelo cinema e televisão, por exemplo, mas que carrega consigo o potencial de se estender a outros meios, com intenções para além do divertimento, tal como discussões sobre política e educação.

É partindo desse cenário que o presente artigo localiza o objetivo da pesquisa inicial proposta: entender se, e como, as atividades dos fãs da franquia *Star Wars* podem apontar na direção de suscitar discussões sociais relevantes a esse público para além do produto de entretenimento em si. Para tanto, tomou-se como objeto um grupo específico desses fãs: a comunidade autointitulada Reylo. Trata-se de pessoas que apoiam um relacionamento, que pode ou não vir a se tornar presente na narrativa oficial de *Star Wars*, entre dois personagens antagonistas na franquia cinematográfica. O grupo foi escolhido por despertar grande resistência por parte da própria comunidade de fãs, que considera o apoio a tal relacionamento condenável por conta da natureza conflituosa da relação entre os personagens fictícios Rey e Kylo Ren.

Dessa maneira, este trabalho pretende apresentar uma visão geral de como essa parcela específica dos fãs da saga defende seu posicionamento em discussões que se dão majoritariamente no ambiente *online*. Para tanto, avaliará as percepções desse grupo sobre os principais discursos que as rodeiam. Porém, antes disso, faz-se necessário explicar melhor o contexto em que essas interações entre fãs se dão, o que será feito a partir do aprofundamento dos conceitos de cultura participativa de Jenkins (2009), assim como explanando melhor sobre os conceitos de *fandom* e *shipping*, além de apresentar em mais detalhes o contexto do filme “Star Wars: Episódio VII – O despertar da força” e a proposta metodológica para este trabalho.

Entendendo o contexto da cultura participativa

Abordar o que caracteriza a comunidade de fãs (*fandom*) e aqueles que, dentro dela, tornam-se apoiadores de relacionamentos de personagens na narrativa das quais se tornam fãs (*shipping*) demanda, primeiramente, explicar como surgiram essas atividades. Para isso, retomamos o conceito de cultura participativa. De acordo com Jenkins (2009, p. 30),

A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo.

Nem todos os participantes são criados iguais. Corporações – e mesmo indivíduos dentro das corporações da mídia – ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo um conjunto de consumidores. E alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura emergente do que outros.

Em outro escrito, Jenkins *et al.* (2009) relaciona a cultura participativa a novas formas de aprendizagem, explicando que esta se dá a partir de quatro formas básicas: afiliações a grupos (como redes de blogueiros, páginas do *Facebook* ou clãs de jogos, por exemplo), expressões (*fan videos*, zines e *fanfics* são citadas como exemplo), resolução de problemas de forma colaborativa (como o *Wikipedia* ou jogos *online* em equipe) e circulação (modelando o fluxo midiático, como a atividade de blogueiros). Dessa maneira, os conteúdos que circulam na cultura participativa podem tanto entreter quanto educar, abrindo espaços para discussões de temas socialmente relevantes e para além dos interesses de uma comunidade de fãs de uma obra específica.

A participatory culture is a culture with relatively low barriers to artistic expression and civic engagement, strong support for creating and sharing creations, and some type of informal mentorship whereby experienced participants pass along knowledge to novices. In a participatory culture, members also believe their contributions matter and feel some degree of social connection with one another (at the least, members care about others' opinions of what they have created) (JENKINS *et al.*, 2009, p. 11).

Seguindo essa caracterização, podemos perceber como os fãs possuem o potencial de se tornarem membros ativos de uma cultura participativa. Filmes, quadrinhos, séries, todos têm em comum o fato de tentarem apresentar narrativas que interpelem sujeitos, tornando-os não apenas consumidores fieis, mas pessoas predispostas a popularizarem essas produções. É importante frisar que, como bem pontua Jenkins, Green e Ford (2014), o termo descreve a produção cultural e as interações sociais de comunidades de fãs, buscando inicialmente uma maneira de diferenciar as atividades deles das de outras modalidades de espectador. Por sua vez, ser fã designa algo para além do senso comum com o qual a palavra “fanático” traça conexão, servindo para designar principalmente um tipo de consumidor extremamente envolvido com aquilo que lhe desperta interesse, a ponto de desenvolver ações diversas para expandir o universo ao qual o produto inicial se relaciona e faz referência.

Ao adicionar a abertura gradual das mídias para potencialidades de interação entre os indivíduos a partir delas, abertura esta encabeçada pela *web*, percebem-se aí todos os elementos chave para uma cultura participativa envolvendo essas produções. A franquia *Star Wars* é colocada pelo próprio Jenkins como exemplo. Esta teve início nos cinemas a partir de uma trilogia original de filmes que datam de 1977, 1980 e 1983, seguida por outra com filmes lançados em 1999, 2002 e 2005 e uma terceira trilogia a partir do filme “*Star Wars: Episódio VII – O despertar da força*”, de

2015. Nesse entremeio, uma infinidade de produtos relacionados (livros, animações, *games* etc.) estendeu a obra original no que Jenkins tomaria como uma narrativa transmidiática² envolvente para um grupo amplo de pessoas.

Abordando a relação entre o envolver-se nesse tipo de comunidade e a formação de um consumidor ativo e consciente sobre o uso das diversas mídias, Jenkins (2009, p. 188) afirma que

Os fãs sempre foram os primeiros a se adaptar às novas tecnologias de mídia; a fascinação pelos universos ficcionais muitas vezes inspira novas formas de produção cultural, de figurinos a *fanzines* e, hoje, de cinema digital [o autor cita, nesse contexto, a produção de filmes não oficiais de *Star Wars*, feitos por fãs]. Os fãs são o segmento mais ativo do público das mídias, aquele que se recusa a simplesmente aceitar o que recebe, insistindo no direito de se tornar um participante pleno. Nada disso é novo. O que mudou foi a visibilidade da cultura dos fãs.

O papel das mídias digitais nessa mudança de comportamento de passivo para ativo entre os consumidores relaciona-se diretamente a outro conceito trazido por Jenkins, o de cultura da convergência. Este vai além da convergência midiática, a partir da qual ferramentas e potencialidades de diferentes mídias convergem a um único dispositivo. Sobre isso, Martino destaca que na cultura da convergência há “essa relação entre pessoas que não se conhecem, mas dividem as mesmas referências, recriando as mensagens da mídia (e tornando-se, elas mesmas, produtoras) e compartilhando ideias espalhadas entre vários meios de comunicação em várias plataformas” (MARTINO, 2014, p. 34).

Outra colocação importante que Martino faz é que as divisões tradicionais entre alta cultura e cultura pop, por exemplo, perdem o sentido na cultura da convergência apresentada por Jenkins. Nela, tanto a convergência entre mídias quando o papel ativo dos consumidores ao eleger e remodelar as mensagens criam uma cultura híbrida, referencial.

[...] o que era ‘popularesco’ há trinta anos pode se tornar *cult* agora, séries de TV e filmes são adaptados de clássicos da literatura, e assim por diante. Para a cultura da convergência, a noção de cultura é dinâmica e plural, com traços de várias culturas se recombinao e modificando a cada instante (MARTINO, 2014, p. 35)

A partir dessa base, o próximo tópico busca entender como atividades que, à primeira vista, relacionam-se unicamente ao universo do entretenimento abrem janelas para discussões cuja abrangência vai além de *Star Wars*. Para tanto, concentra-se no *ship* Reylo, um grupo específico de fãs que se apropria de discursos sobre o que é um relacionamento abusivo na vida real e como ele está ou não relacionado

² A narrativa transmidiática refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento. A narrativa transmidiática é a arte da criação de um universo. Para viver uma experiência plena num universo ficcional, os consumidores devem assumir o papel de caçadores e coletores, perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais, comparando suas observações com as de outros fãs, em grupos de discussão *on-line*, e colaborando para assegurar que todos os que investiram tempo e energia tenham uma experiência de entretenimento mais rica. (JENKINS, 2009, p. 49)

a expressões dentro de um dos filmes da franquia. Antes, porém, é preciso explicar com maiores detalhes o que *fandom* e *shipping* são.

Fandom e shipping na cultura participativa

As práticas que envolvem alguns dos processos desse não aceitação do papel de consumidor passivo são estudadas no contexto do que Jenkins (2014) chama de *Fan Studies*. Trabalhos de teóricos como Constance Penley, Camille Bacon-Smith, Lisa A. Lewis e ele próprio datam do início da década de 1990, época que Jenkins assinala como o início de pesquisas mais abrangentes sobre a temática. Harris (2014), porém, frisa que já nos anos 1960 houve o fortalecimento dos *Cultural Studies*, que deslocaram o olhar dos estudos fílmicos fincados na base semiótica (privilegiadores da análise das características do audiovisual em si), para o estudo de como a mídia, cinema incluso, encaixa-se num contexto histórico e cultural mais amplo³.

Jenkins (2009b) relaciona as atividades dos fãs ao conceito de inteligência coletiva cunhado por Pierre Lévy e ao próprio entendimento do que é a cultura participativa. Para tanto, ele relembra como já nos anos 1920 e 1930 existiam seções de cartas em revistas de ficção científica incitando a formação de uma comunidade, seguida pela popularização de convenções de fãs algumas décadas depois, tudo isso antes das tecnologias digitais serem adicionadas a esse cenário, transformando-o para sempre.

Las comunidades de fans en línea bien podrían ser algunas de las versiones más plenamente desarrolladas de la cosmopedia de Lévy, extensos grupos autoorganizados centrados en torno a la producción y el debate colectivos, así como a la propagación de significados, interpretaciones y fantasías en respuesta a varios artefactos de la cultura popular contemporánea. Las comunidades de fans definen desde hace tiempo su pertenencia mediante afinidades más que ubicaciones. Los mundos de los fans eran comunidades virtuales, comunidades «imaginadas» e «imaginativa», mucho antes de la introducción de las redes informáticas. (JENKINS, 2009b, p. 195)

Harris (2014) explica que, nesse primeiro momento, pesquisas pontuais sobre séries televisivas ou filmes abriram o caminho para a introdução dos conceitos que permeariam o *Fan Studies* posteriormente. Destaca, assim, estudos como “*Watching Dallas*”, de Ien Ang, que data dos anos 1980, enquanto que McKewen (2013) coloca as pesquisas de Pierre Bourdieu sobre a televisão nessa primeira fase dos estudos da cultura de fã.

Só após citar as pesquisas produzidas no contexto dos *Cultural Studies* é que ele assinala uma segunda fase nos estudos da cultura de fã. Nela, McKewen (2013) destaca os escritos de Henry Jenkins na década de 1990, época em que o autor apresentou

³ The roots of fandom studies owe much to the rise of cultural studies which began to gain momentum in the 1960s. Many associated with The Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies looked to reasons behind social change. Cultural studies moved away from film semiotics concern with sound movement and image, instead looking at how media, such as film fits into a larger historical and cultural context. (HARRIS, 2014, p. 2)

fãs como um grupo minoritário de poder limitado, porém significativo⁴. Ele recorda que, em “Textual Poachers” (1992), Jenkins apresenta os fãs como pessoas que perseguem partes de uma cultura existente e constroem dela interpretações alternativas e individuais⁵, criando verdadeiros cenários personalizados da cultura *pop* e agindo de maneira metaforicamente nômade, sempre em busca de novas interpretações em novos olhares para o objeto de seu culto. Isso resulta em produções variadas como a escrita de *fanfics*, a prática do *cosplay*, as discussões em fóruns, a produção das *fanarts* etc.

Nos anos 2000, Hills (2012) reforça a relação entre a cultura participativa dos fãs e a popularização das narrativas transmidiáticas apresentada por Jenkins. Nesse universo de atividades cada vez mais multifacetadas, o próprio conceito de *fandom* se amplia na medida em que os produtos se estendem para expressões nas mais variadas mídias. É justamente por isso que Hills frisa que

Em vez de focar na definição de fandom, nós precisamos pensar sobre como o fandom é realizado, para quem, em que contexto e tentar pensar, de verdade, sobre com que tipo de assunto desta vasta categoria global difusa de fandom lidamos. É o que Jonathan Gray e Kristina Busse chamam de fandom “industrialmente-dirigido”, ou o que Rebecca Williams denomina de fandom “pós-objeto”, ou transformativo/ afirmativo (se esta dicotomia é aceita), ou fandom de culto (cult fandom). (HILLS; GRECO, 2015, p. 150)

Por essa característica, Hills (2015) defende ainda que se observe a atividade dos *fandoms* em relação a distintas plataformas, nas quais as possibilidades das mesmas definirão formatos dos conteúdos a serem produzidos e publicados. É essa a escolha adotada para este artigo, que afunila seu objeto a partir das práticas de *shipping* na plataforma de *blogging* Tumblr, a qual permite o compartilhamento de conteúdo multimídia como textos, imagens, vídeos, links, áudios e *chats* entre redes de seguidores de cada página de usuário. Hillman, Procyk e Neutaedter (2014) fortalecem a escolha por lançar o olhar para a atividade de um *fandom* justamente nesse site quando explicam que o Tumblr se tornou rapidamente popular dentre os *sites* de *blogging*. Em 2013, quando ele foi adquirido pelo *Yahoo!*, ele continha mais de 108 milhões de blogs e uma média de 75.8 milhões de postagens diárias. Os autores também explicam que a recente emergência do Tumblr demanda que estudemos as particularidades das interações e produções de fã nessa plataforma:

After participating in the space for some time, we noticed a unique culture of practice. While Tumblr supports a broad range of social blogging communities and content, we found that fandoms seemed to thrive on the platform. We also found that nobody has studied Tumblr fandoms before. While other studies have looked into online backchannels of live entertainment events by investigating other microblogging sites such as Twitter [5,11,14], Tumblr fandom blogging has yet to be explored from a design perspective. This is despite the activity’s dominance as one of the main types of Tumblr usage. (Hillman; Procyk; Neutaedter, 2014, p. 1)

⁴ He sought to reframe fans as a disempowered, but meaningful, minority group [...]. (MCKEWEN, 2013, p. 36)

⁵ [...] someone who ‘hunts down’ parts of existing culture and builds alternative interpretations and individual constructs from it. (MCKEWEN, 2013, p. 37)

Outra especificidade do *Tumblr* é a maneira como o *fandom* se organiza, assim como seus subgrupos, *ships* inclusos. Ao contrário de outros sites, a interação entre usuários com interesses similares não torna obrigatória uma familiaridade maior entre eles para além disso. Como sumarizam Hillman, Procyk e Neutaedter, “[...] ‘belonging’ to a fandom was a fuzzy concept. Unlike Facebook, Tumblr users do not get accepted to groups. Instead, they are part of the fandom when they feel they are.” (Hillman; Procyk; Neutaedter, 2014, p. 4). Isso torna ainda mais peculiar a formação de uma atividade tão particular como o *ship*, ainda mais um fora do que é considerado na narrativa oficial da obra cultuada por fãs.

Bothe (2014) conceitua o termo *shipping* como um emparelhamento romântico de dois ou mais personagens, comumente aplicado no contexto de obras de ficção dentro de uma comunidade de fãs. Complementa Williams (2011) ao explicar que a expressão tem origem na palavra *relationship* (em inglês, “relacionamento”), popularizando-se entre diversos *fandoms* a partir das interpretações sobre um possível envolvimento entre os personagens Fox Mulder e Dana Scully na série de ficção científica Arquivo X, nos anos 1990.

Williams (2011) detalha também que o *shipping* não é uma atividade que passa alheia aos criadores das produções em torno da qual os fãs se organizam. O *ship* pode, eventualmente, receber reforço dos autores de obras como sagas literárias, seriados televisivos, franquias de filmes e outros, podendo adicionar a si elementos de um subtexto querido aos fãs propositadamente, tornando o relacionamento antes platônico em oficial (ou *canon*, como os fãs chamam todo conteúdo claramente presente numa obra original). Tomando a série Arquivo X, como exemplo,

[...] The ‘X-Files’ creator, Chris Carter encouraged shipping via subtext whilst simultaneously enforcing a preferred reading of the text through tertiary material. Although ‘textual analysis of The X-Files examining narrative structure, generic conventions, character versus plot orientation(s), and their relation to gender demonstrates how shippers’ readings are invited, if not embraced, by the series’ authors’ (Scodari and Felder 2000:239). Carter continually maintained extra-textually ‘that Mulder and Scully would never become romantically involved. For years, the series teased shippers and other fans with near-kisses, undercover marriages, and intimate gestures’ (Silbergleid 2003: online). (WILLIAMS, 2011, p. 276)

Outro ponto digno de nota é destacar como uma atividade aparentemente simples como a prática do *shipping* pode se estender a uma ordenação mais complexa dentro do grupo de fãs. Bothe (2014) reforça que um *fandom* comumente não possui um único *ship*, já que o termo é usado para definir pares para além dos que se formam na narrativa oficial.

A autora detalha as formas possíveis de engajamento nessa atividade, não importando a relação entre os personagens apresentados no texto original da obra, nem o destaque (ou falta dele) dado aos personagens nesse contexto, e mesmo se per-

tencem a uma mesma obra. Isso só evidencia o caráter altamente autoral e ativo do consumidor/fã numa atividade que acaba por vezes ressignificando a obra original para além das leituras mais aparentemente dadas por ela ao público.

An individual can ship characters whose relationship is canon compliant, or in many cases the ship can be not represented or only marginally represented within the canon. The characters, although often from the same fandom, do not necessarily need to be. For example, an individual may ship Elsa, from the Disney movie Frozen, and Jack Frost from the Dreamworks movie Rise of the Guardians. Fans can ship several combinations of characters within a specific fandom, but they may have an OTP; which stands for One True Pairing (or OT3; one true pairing involving three characters). An individual's OTP is the ship that they are most committed to. (BOTHE, 2014, p. 5-6)

Jenkins (2009b) cita Andrew McDonald ao falar sobre o caráter multifacetado e eventualmente conflituoso do mundo dos fãs, descrevendo embates entre fãs homens e mulheres, dentre os que defendem determinados limites na relação entre fãs e os produtores do conteúdo original ao qual se dedicam, entre diferentes gerações de fãs etc. Para Bothe (2015), a existência de vários *ships* leva, igualmente, a situações de conflito dentro da própria comunidade de fãs⁶.

Nessa batalha, abre-se espaço para que “o ativismo empreste modelos da cultura de fã ou que a cultura popular se torne o local a partir do qual questões sociais e políticas são debatidas” (JENKINS, 2004, p. 41, tradução nossa)⁷. No *fandom* de *Star Wars*, isso acontece com o *ship* intitulado Reylo, que envolve os personagens Rey, a protagonista, e Kylo Ren, o vilão. Tal como os demais *ships*, Reylo compartilha uma gama de produções autorais que interpretam ou remodelam o texto original do filme a partir do site Tumblr: *fanfics*, *fanart*, vídeos, conjuntos de *gifs*, *meta* (análises aprofundadas de subtextos da obra), fotos de *cosplays* e outros.

Bothe (2014) descreve que um *fandom* não é um grupo homogêneo e livre de conflitos, mas fragmentado a partir de interpretações do texto original que competem entre si⁸, e a comunidade Reylo é um exemplo claro disso. Ela é alvo de críticas negativas de um número considerável de outros fãs de *Star Wars*, que a acusa de apoiar um relacionamento, ainda que platônico, entre personagens que se engajam numa dinâmica de abuso por serem antagonistas na guerra que ambienta a trama. Esse embate entre os fãs que compartilham e os que repudiam o alvo de um *ship* é marcada pela presença de indivíduos chamados *haters*.

O termo *hater* (em português, odiador) como gíria da internet é originário do hip hop norte-americano, e está relacionado à expressão “Haters Gonna Hate” (Odiadores vão odiar) (AMARAL & MONTEIRO, 2013), e é utilizado para

6 Identification with a specific ship (a romantic pairing of two or more characters) within a fandom can result in exclusion and intolerance between groups within the fandom. This can result in individuals feeling unwelcome and discriminated against. (BOTHE (2014, p. 2)

7 “[...] activism draws models from fan culture or that popular culture becomes the venue through which key social and political issues get debated”.

8 “[...] fan community that is not homogenous and conflict free, but one that is fragmented with competing interpretations of the source text” (BOTHE, 2014, p.2).

categorizar o sujeito que fala mal dos outros através dos espaços de interação e conversação na internet. (AMARAL; COIMBRA, 2015, p. 300)

Sendo *hater*, o indivíduo não precisa ter preferência por um *ship* específico, ou sequer ser membro de *fandom*. Como sumarizam Amaral e Coimbra (2013), o que marca a atividade desse indivíduo é a quebra das regras de gentileza e comportamento civil para chamar a atenção, sem interesse em debater ideias contrárias às suas, limitando-se a emitir críticas negativas e não necessariamente embasadas. Expressões de nojo, repulsa e raiva são à tona de suas falas, que se fortalecem quanto mais o *hater* conseguir criar uma comunidade em torno delas.

O confronto de opiniões resulta no que o *fandom* chama, informalmente, de *ship wars*, termo que faz referência tanto ao conflito entre fãs como também ao título do filme Star Wars. Reunindo-se como um grupo, Reylo então traz várias asserções sobre o *ship*, sendo elas o foco do artigo, que busca apresentar e avaliar, ainda que de maneira preliminar, a percepção dos *shippers* sobre as reações negativas do resto do *fandom* no site Tumblr.

Analisando as percepções da comunidade Reylo

Sugere-se para este artigo desenvolver uma pesquisa em nível exploratório, que contemple questões mais básicas dentro da problemática proposta. Num primeiro momento, foi observada a popularização do *shipping* no Tumblr. Vale frisar que se trata de um *site* que não incentiva, a priori, que os seus usuários se identifiquem ou deixem exposta a sua rede de contatos. Logo, um usuário visualiza apenas os seus próprios contatos (seguidores e pessoas que segue), com exceção dos momentos em que compartilha a postagem de outro autor.

Essa característica do *site* se colocou como um desafio para alcançar os membros do *ship*. A escolha metodológica então foi experimentar, ainda que de forma simplificada, uma amostragem em bola de neve a partir de uma página de usuário no *site* Tumblr. Foi criado um formulário no *Google Docs*, com perguntas, em sua maioria, de múltipla escolha, que dessem conta de traçar um perfil básico desses fãs, e outras perguntas que avaliassem como eles encaram as principais acusações contra o *ship*. A definição das perguntas foi feita com base na navegação no Tumblr a partir da *tag* “Reylo”, utilizando o recurso de busca por conteúdos específicos que o próprio *site* oferece.

A partir de uma conta no Tumblr, foi postado o formulário *online*. Para a difusão dessa postagem, algumas mensagens privadas foram enviadas a usuários relativamente populares do *fandom* no *site*, que espontaneamente compartilharam o conteúdo, sendo seguidos por outros no decorrer de março de 2016. O formulário ficou disponível por 15 dias, até que a queda na onda de compartilhamentos e preenchimento encerrasse o ciclo da amostragem.

A partir do formulário, verificou-se que a maioria dos entrevistados são americanos (48.3%) e europeus (34%). Mulheres são os principais membros do *ship* (89.1%), formado majoritariamente por pessoas de 22 a 30 anos (41.5%) e 16 a 21 anos (37.4%). Estudante universitário, artista (ilustradores, músicos, designers, escritores) e pesquisador de áreas diversas (psicologia, engenharia, educação) são as ocupações mais presentes dentro desse grupo, cuja amostragem alcançou 147 pessoas.

Dentre os membros alcançados dessa comunidade, 29,9% não eram fãs de *Star Wars* antes de assistirem ao filme “*Star Wars – Episódio VII – O despertar da força*”. Porém, 89.1% já se engajaram antes em *shipping*. Na época da coleta dos dados, 93.9% consideravam Reylo seu principal *ship*. Descobriu-se que os motivos mais populares para se engajarem no *ship* são: gostar da dinâmica de um romance entre herói e vilão (75,5%); a crença de que eles de fato dividiram um momento com potencial romântico no filme (51%); e por acreditarem que os personagens do *ship* deveriam ficar com alguém que entendesse a natureza dos poderes extra-humanos que eles compartilham (47.6%). Tais dados apontam unicamente para um perfil básico desse grupo e preferências mais gerais enquanto membros de um *fandom*, não contemplando ainda os sentidos compartilhados pelo *ship*.

A observância desses sentidos começa a partir das perguntas relacionadas a questões de abuso e violência. Das pessoas alcançadas, a maioria (78.2%) afirma já ter sofrido algum tipo de abuso sexual, e mais da metade (56,6%) já enfrentou alguma outra forma de agressão. Apesar disso, apenas dois respondentes (1,4%) consideram o *ship* abusivo. Esse é um dado importante, uma vez que a principal acusação contra o *ship* é que Reylo seria uma forma de romantizar relações violentas, ideia repudiada largamente pelo grupo, como apontam as perguntas subsequentes.

Esse grupo de fãs afina seus discursos de defesa juntos a partir dos compartilhamentos de conteúdos no interior do *ship* através do Tumblr. Dentre suas discussões, é marcante as diferenças entre o que acontece na trama do filme e suas próprias experiências pessoais, trazendo à tona informações sobre o que é, na visão dessas pessoas, o abuso (sexual ou não) e como este difere da dinâmica de interação entre os personagens. O entendimento geral do grupo é que eles têm consciência da diferença entre as experiências reais que uma pessoa abusada enfrenta e o que se passa no universo de uma trama de ficção científica, buscando ao máximo uniformizar essa forma de pensamento e fortalecê-la a partir da argumentação com quem se encontra fora do círculo do *ship*.

Na percepção do grupo, 60% acreditam que os *antis* (como são chamados os opositores de Reylo) criam, intencionalmente, uma interpretação distorcida da dinâmica entre os personagens Rey e Kylo Ren. Outros 16.3% pensam que os *antis* não entenderam a relação entre os personagens no filme. Essas opiniões buscam sintonia principalmente a partir de um tipo de produção de fã chamada *meta*, na qual análises aprofundadas do filme justificam a defesa do *ship* a partir da relação da obra com

conhecimentos oriundos principalmente da análise fílmica e literária, da narratologia e da psicologia. Ainda assim, 15% dos respondentes acreditam que o *ship* pode ser potencialmente perturbador para alguns sobreviventes de abusos.

São poucos os respondentes que acreditam que um dos personagens abusou do outro no filme. 1,4% afirmam que o vilão Kylo Ren abusou da heroína Rey, enquanto que 0,7% interpretam que Rey cometeu o ato de abuso para com o personagem masculino, sendo essa mesma porcentagem a de pessoas que acham que as interações entre os personagens são, de alguma forma, metáforas de abuso. Grande parte (66%) não considera essas interações conflituosas como abuso, já que se deram no contexto de uma guerra em que os dois estavam em lados opostos. Esta última porcentagem é digna de nota, pois aponta à conclusão de que mais da metade do grupo exclui a noção de abuso do contexto bélico, sendo necessário então avaliar, futuramente e com mais detalhes, o que seria ou não esse tipo de agressão a partir do discurso dessa comunidade.

No grupo de questões nas quais os respondentes deveriam assinalar respostas entre «discordo totalmente» e «concordo totalmente», 28.6% concordam que os personagens só estavam na posição de rivais porque não se conheciam a fundo. 12.9% concordaram totalmente com essa afirmativa, enquanto que 10.2% discordaram totalmente, sendo essa a pergunta que mostrou mais divergência nas percepções do *ship*. Isso provavelmente se dá porque a narrativa da obra ainda se encontra fragmentada, uma vez que o sétimo filme da franquia terá mais duas continuações. Só aí a comunidade poderá entender o todo da trama e afinar seu discurso a partir da interpretação.

49% concordaram totalmente que uma tensão sexual entre os personagens estaria presente no filme, e 46.3% acreditam com certeza que essa tensão sexual foi apresentada propositadamente na obra. No filme propriamente dito, os fãs destacam elementos como a montagem, a música e a fotografia das cenas em que Rey e Kylo interagem como pistas para tal. As pistas se estenderiam também nos produtos midiáticos considerados *canon* (oficiais), tais como as novelizações do filme, que apresentam mais detalhes, dentre falas de personagens e *insights* dos mesmos.

Ainda assim, chama a atenção que apenas cerca de metade desse grupo de fãs veja, de fato, elementos românticos e/ou sexuais na obra, inseridos de forma proposital ou não. Esses dados e as porcentagens mais equilibradas sobre os personagens agirem como antagonistas por não se conhecerem a fundo se complementam, pois são nos vácuos deixados pelo texto original que o *ship* deposita o seu poder de engajamento e criação de conteúdo próprio. A partir da cultura participativa em que se encontra, esse grupo gera seus próprios sentidos, que atingem o ponto de não mais dependerem de uma relação semântica direta com o filme.

Dentre os tipos de produções de fãs que o *ship* mais gosta, as fanfics (32%) são as

favoritas, seguidas de *meta* (25.9%) e ilustrações (23.1%). Estas atuam em consonância com o discurso alinhado no *shipping*, criando verdadeiros universos alternativos à obra, nas quais o vilão pode se redimir ou a mocinha sucumbir ao lado negro, além de outros diversos ao filme. Com exceção de *meta*, que busca fortalecer argumentações a partir da obra base, *fanfics* e ilustrações são altamente abertas para desvirtuar a obra original, o que também podemos relacionar com o resultado de pouco menos da metade dos respondentes verem, de fato, uma potencial relação amorosa ou sexual entre os personagens do filme. No interior da comunidade, porém, os discursos que apontam nessa direção são compartilhados e incentivados, independente das expectativas de que esse aspecto da trama se torne *canon* ou não.

Considerações finais

Este estudo preliminar aponta para algumas considerações importantes. A primeira delas é a relevância adquirida pela cultura participativa para discutir questões a parte do universo do entretenimento no qual ela floresceu. Ainda que o *ship* Reylo atue no ambiente *online* e seja voltado primordialmente para um produto de entretenimento marcante na cultura pop como *Star Wars*, ele serve de base para debater o tema do abuso (sexual e outros) numa comunidade de fãs com grande penetração entre jovens. Para além dos laços formados nessa comunidade, fixam-se falas de empoderamento e apoio às vítimas, uma vez que esse componente é essencial para validar o *ship*. De maneira geral, as percepções desse grupo apontam para o consenso de repúdio às diferentes práticas de abuso.

No entanto, é preciso ainda aprofundar o entendimento sobre o que é considerado como abuso exatamente dentro a comunidade de fãs. O alcance dos compartilhamentos desses conteúdos atinge uma escala global, e ao envolver experiências pessoais no contexto das discussões do *ship*, deve-se buscar entender também os diferentes contextos socioculturais, e mesmo legais, para poder firmar com mais clareza essa noção. É marcante, nesse sentido, o número de pessoas que descartam o abuso da interação entre personagens por estes estarem num ambiente bélico, ainda que o bélico da trama de ficção científica pouco se relacione com o contexto de guerras reais.

Outro ponto de destaque é a preferência do *ship* para produções de *fanfics*, que demandam um nível considerável de letramento e conhecimento prévio sobre o filme. A escrita de *fanfic*, por sua vez, também abre espaço para ressignificações drásticas da obra original, se assim o fã-autor desejar. Esse domínio do contexto da obra encontra na segunda produção favorita, *metas*, um instrumento de grande auxílio para analisar a obra, exercitar o poder de argumentação e, posteriormente, criar um discurso articulado de forma colaborativa com fins de defender o *ship* das acusações de condescendência a diferentes formas de abuso.

Por fim, percebe-se que a emergência da cultura participativa aponta ainda para outro quadro previsto por Jenkins: as formas de comunicação advindas do universo do entretenimento tendem gradualmente a disseminar ideias que vão além da pura diversão. Nesse processo, percebe-se a presença de grupos mais aptos a se enredarem nas atividades de fã enquanto consumidores ativos, especialmente no caso de um fã que se envolve num *ship* no qual ele precisa constantemente validar e explicar suas motivações. Esse indivíduo, além de dominar as formas de utilização das mídias, apresenta eloquência para expressar suas ideias e capacidade de produzir coletivamente. Abre-se espaço, nesse processo, para que os membros do *ship* criem sentidos de empatia e apoio a vítimas de abusos, além de adquirirem e compartilharem saberes sobre o tema, tomando para si uma sensível tarefa.

Referências

AMARAL, Adriana; COIMBRA, Michele. Expressões de ódio nos sites de redes sociais: o universo dos haters no caso #eunãomereçoserestuprada. **Contemporânea - comunicação e cultura**, v.13, n.1, p.294-310, 2015.

BOTHE, Gemma. 'If fandom jumped off a bridge, it would be onto a ship': An examination of conflict that occurs though shipping in fandom. In: **Australian and New Zealand Communication Association Conference**. 2014, Melbourne, Anais eletrônicos... Melbourne, ANZCA, 2014. Comunicação. Disponível em: < https://www.researchgate.net/publication/268449054_'If_fandom_jumped_off_a_bridge_it_would_be_onto_a_ship'_An_examination_of_conflict_that_occurs_though_shipping_in_fandom >. Acesso em: 19.mar.2016.

HARRIS, Paul. **Fandom Studies**. dez. 2014. Disponível em: <<http://artsonline.monash.edu.au/film-tv/files/2014/12/Paul-Harris-Fandom-Studies-Entry.pdf>>. Acesso em: 15.jan.2016.

HILLMAN, Serena; PROCYK, Jason; NEUSTAEDTER, Carman. 'alksjdf;lksfd': Tumblr and the Fandom User Experience. DIS '14: Proceedings of the 2014 conference on Designing interactive systems. ACM: Vancouver, 2014. Disponível em:<<https://www.academia.edu/6790267>>. Acesso em 20.mar.2016.

HILLS, Matt. **Fan cultures**. Psychology Press, 2002.

_____, Matt; GRECO, Clarice. O fandom como objeto e os objetos do fandom. **MA-TRIZES**, v. 9, n. 1, p. 147-163, 2015.

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

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

_____, Henry. **Fans, blogueros y videojuegos: la cultura de la colaboración.** Buenos Aires: Paidós, 2009b.

_____, Henry. **Where Fandom Studies Came From: An Interview with Kristina Busse and Karen Hellekson (Part One).** Los Angeles, nov. 2014. Disponível em: <<http://henryjenkins.org/2014/11/where-fandom-studies-came-from-an-interview-with-kristina-busse-and-karen-hellekson-part-one.html#sthash.AH4c2AII.dpuf>>. Acesso em: 27.fev.2016.

_____, Henry; PURUSHOTMA, Ravi; WEIGEL, Margaret; CLINTON, Katie; ROBISON, Alice. **Confronting the challenges of participatory culture: media education for the 21st century.** Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology, 2009.

_____, Henry. The cultural logic of media convergence. In: **International journal of cultural studies.** Thousand Oaks, v. 7, n 1, p.33-43, 2004.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes, redes.** Petrópolis: Vozes, 2014.

MCKEWEN, Daniel. **The art of being a fan: complicity and criticality in contemporary art and fandom.** 2013. 145 f. Tese (Doutorado em Artes Visuais) - Creative Industries Faculty, Queensland University of Technology, Queensland.