

O Comportamento dos *Fandoms* a partir do ato de *Shippar* - Um Estudo de Caso em *Once Upon a Time*¹

Enoe Lopes PONTES²
Cristina Mascarenhas SANTOS³
Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA
Faculdade Social da Bahia, Salvador, BA

Resumo

Os novos processos de disseminação da informação vêm fortalecendo a popularização das produções seriadas em todo mundo. Nos últimos anos, estes produtos midiáticos ganharam um particular reforço com a expansão dos canais *streamings* e explosão das redes sociais. Além do acesso às séries facilitado, os fãs passaram a se reunir em grupos virtuais fortalecendo os chamados *fandoms* e esse processo deu origem a uma série de outras mudanças nas formas de consumo e na fruição da experiência. Este artigo analisa esse fenômeno a partir do estudo de caso da série *Once Upon a Time*. O foco deste trabalho está nas transformações provocadas nos *fandoms* a partir do ato de *shippar*.

Palavras-chave: *Fandom*; *Ship*; *Shipper*; Narrativa Seriada; Série.

Introdução

A indústria da produção de série vive um dos momentos mais produtivos da sua história. Em 1999, os canais a cabo dos Estados Unidos, maior produtor mundial de séries televisivas, lançaram 23 novas séries. Em 2014, foram lançadas 180 novas produções seriadas pela indústria estadunidense⁴. Esse crescimento exponencial foi possibilitado, principalmente, pelo surgimento de novas formas de disseminação de conteúdo, a exemplo dos canais *streamings* como *Netflix*, *HBO GO*, *Hulu* e *Amazon*. Mas nestes 15 anos, não foram apenas os números que mudaram. Toda uma cultura de consumo e fruição da experiência vem sofrendo transformações influenciadas por essas inovações tecnológicas e pelo fenômeno das redes sociais. Reunidos em comunidades virtuais, os fãs de seriados têm

¹ Trabalho apresentado no GP Ficção Seriada, XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia. E-mail: enoelopespontes@gmail.com

³ Mestre em Ensino, Filosofia e História das Ciências pelo Instituto de Física da Universidade Federal da Bahia e Professora do curso de Jornalismo da Faculdade Social da Bahia. E-mail: cristinamascarenhas@uol.com.br

⁴ MARCOS, Natália. A era da explosão 'seriéfila'. In: El País. Disponível em: http://brasil.elpais.com/brasil/2015/03/27/cultura/1427481479_992620.html Acesso em: 14 de Julho de 2016.

utilizado as ferramentas digitais para experimentar novas formas de fruição e de consumo. É essa transformação que este artigo busca analisar tendo como estudo de caso o seriado *Once Upon a Time* e o comportamento do seu *fandom* a partir do ato de *shippar*.

O seriado e o seu *fandom*

No dia 23 de outubro de 2011, o seriado *Once Upon a Time* (OUAT) entrou no ar. O programa é uma produção canadense/estadunidense transmitida pelo canal ABC. Criada pelos roteiristas Adam Horowitz e Edward Kitsis, a série possui cinco temporadas, com uma média de 22 episódios cada.

A história é centrada numa maldição lançada pela Rainha Má da Branca de Neve, que manda todas as personagens dos contos de fadas para o mundo real, sem recordações de suas vidas passadas. Congelados no tempo, por 28 anos, eles vivem numa cidadezinha chamada *Storybrooke*. Entediada com o próprio feitiço, a Rainha Má, Regina Mills (Lana Parrilla) decide adotar uma criança a fim de tornar os dias menos enfadonhos em *Storybrooke*. Trata-se do garoto Henry (Jarred S. Gilmore) que ao descobrir que foi adotado decidirá ir em busca de sua mãe verdadeira, Emma Swan (Jennifer Morrison).

De acordo com dados da ABC, *Once Upon a Time*, na sua quarta temporada, alcançou onze milhões de espectadores. Boa parte deste público se reúne nas redes sociais para trocar mensagens sobre o seriado, debater episódios e até mesmo compartilhar produções paralelas inspiradas na série, a exemplo de *fanfic*, *fanarts*, *manips* e *fanvídeos*⁵.

No *Twitter*, a conta de OUAT ultrapassa a marca de um milhão de seguidores. No *Facebook*, o número vai para mais de seis milhões e no *Instagram* a quantidade de pessoas que acompanha a página é de 861K.⁶ O *fandom*, palavra que vem da junção das expressões em inglês *fan* e *kingdom*, quer dizer justamente isso, um “reino” de fãs de determinado conteúdo ficcional.

⁵ Produtos paralelos desenvolvidos pelos fãs inspirados nas séries.

⁶ Até o dia 14 de julho, o *Twitter* de *Once Upon a Time* possuía 1,3 milhão de seguidores, o *Facebook*, 6,4 milhões e o *Instagram* 861 mil.

De acordo com Henry Jenkins (1992), o *fandom* organizado é o espaço no qual se tem uma espécie de instituição que produz críticas e teorias. Há neles indivíduos participantes que interpretam e avaliam os conteúdos que são exibidos.

Dentro dos *fandoms* organizados, o fã recebe o produto para depois apropriar-se daquilo e, em seguida, recriar as significações, trazer novos sentidos e até mesmo outros produtos. No entanto, estes grupos, mesmo tendo um elemento de ligação comum, não partilham necessariamente dos mesmos pontos de vista muito menos desempenham as mesmas atividades com a mesma intensidade e/ou envolvimento.

“Os *fandoms* são formados por afiliações voluntárias e temporárias, através de investimento emocional e esforço intelectual. Porém existem várias características que diferenciam cada fã, como por exemplo, níveis de participação, graus de influência, preferências e objetivos. Cada um com suas próprias motivações e peculiaridades. Não se pode pensar neste público como um bloco homogêneo de interesses e comportamento”. (REZENDE e NICOLAU, 2014, p.5).

Mas o que distinguiria esses indivíduos de outros espectadores? De acordo com Matthew Hills (2002), existe uma diferença básica entre o seguidor comum e o público aficionado. O autor argumenta que a principal distinção é que os fãs clamam por uma identidade social, diferentemente do seguidor, que apenas aprecia um produto ou uma personalidade. O gostar de algo ou alguém não define um apaixonado e sim como será o seu comportamento.

Nem todos os admiradores de Tarantino são fãs dele... e nem todos os fãs deles vão ser *cult*, marcando uma clara separação entre o fã dedicado e provavelmente até mesmo com mais conhecimento e o fã-comunidade-orientado. (HILLS, p.10. 2002).⁷

Dentro desta distinção, a figura do fã acaba ficando estigmatizada, por ser considerada obcecada por determinado assunto ou figura pública. No primeiro capítulo do livro *Textual Poachers*, o autor Henry Jenkins (1992) consegue resumir essa imagem negativa voltada para os *fandoms* intitulando este pedaço da obra de *Get a life!*, que em português pode ser traduzido como “Tenha uma vida”.

O que Henry Jenkins quer dizer com sua frase e seu capítulo foi que existe uma visão viciada, na qual os fãs são vistos como pessoas fortemente fanáticas, que deixam de viver,

⁷ Original: ‘Tarantino’s admirers might not all be fans...and not all fans will be cult fans’, marking a clear separation between the committed fan and the presumably even more knowledgeable and fan-community-oriented ‘cult fan’

obcecadas pelo seu objeto de afeto. A dedicação do *fandoms* e a imagem sobre seus indivíduos eram marcadas por essa lógica que começou a mudar na década de 1990, quando a academia passou a se debruçar sobre os fenômenos voltados para a temática e enxergando como interessante esse público apaixonado. “O que é interessante sobre os fãs e que eles constituem particularmente uma ativa e vocal comunidade de consumidores, na qual as suas atividades são direcionadas para os processos de apropriação cultural⁸”, (JENKINS, p. 28, 1992).

Em *O sentido do Público* (2005), Jean-Pierre Esquenazi também discorre sobre o fenômeno dos fãs. Para ele, uma das maneiras de enxergar a situação é pensar que estes produtos acabam por preencher o vazio na vida de algumas pessoas. “Numa sociedade dominada pela velocidade e pela pluralidade dos gostos aparecem produtos que despertam em comunidades mais ou menos importantes um entusiasmo tão vivo quanto provisório”, (ESQUENAZI, 2005, p.105).

Uma segunda forma de análise é a de acreditar que este fator se dá por uma espécie de armadilha da indústria cultural que se aproveita das fragilidades de alguns indivíduos para prendê-los através dos fanatismos. O terceiro princípio exposto pelo autor é o de que a proximidade da comunidade em questão, em relação ao produto cultuado acaba realizando um encantamento e um reconhecimento. O público enxerga ali seus problemas, anseios e vivências.

Independentemente das razões pelas quais os fãs seguem alguma obra ou personalidade o fato é que eles movem um mercado consumidor. No caso de narrativas fictícias, principalmente seriados, os *fandoms* buscam afetar os rumos das tramas, principalmente procurando realizar contato com os produtores.

A participação dos fãs funciona como medidor de afeto para seus grupos. A autora Nathália Rezende (2014), explica que níveis de participação e influência dentro dessas comunidades são fatores relevantes para distinguir os componentes deste tipo de comunidade e reforça que não se pode coloca-los num bloco homogêneo, como se fossem uma massa amorfa e única.

⁸ Original: *What is significant about fans in relation to de Certeau's model is that they constitute a particularly active and vocal community of consumers whose activities direct attention onto this process of cultural appropriation.*

A partir do material produzido por fãs, como *fanfics*, *fanarts* e *reviews*, alguns de seus participantes são mais conhecidos e possuem uma maior credibilidade do *fandom* quando relatam uma boa teoria ou tecem comentários que de alguma forma impressionam⁹ esta parcela dos espectadores da série. Nos Estados Unidos, as mais conhecidas das redes sociais são Lilly Sparks, pelos seus *reviews* e Dakota por suas *fanfics*.

Em outros seriados, a comunidade de fãs também se reunia/reúne em grupos virtuais ou não, com o objetivo de debater e compartilhar informações e pensamentos sobre os seus programas preferidos. O *fandom* de Arquivo X foi intitulado de *X-Philes* e se dividiam entre os *shippers* de Mulder e Scully e os *No Romos* (*No Romance*).

Em *Lost* (2004-2010), a comunidade de fãs dividiu-se, principalmente, em duas categorias: Homens de Ciência e Homens de fé. A origem dessa segregação vinha de duas personagens centrais, o Dr. Jack Sheppard e John Locke. Enquanto o primeiro via os acontecimentos da misteriosa ilha como algo feito por seres humanos e que deveria ser combatido através de ações práticas e lógicas, o segundo acreditava que o destino tinha levado eles até ali e todos que estavam no local possuíam uma missão.

No primeiro episódio, da segunda temporada de *Lost*, os autores deram esse nome para o título, em inglês *Man of Science*, *Man of Faith* e mostrava em seu enredo as diferentes possibilidades de encaminhamento dentro da história, a partir do ponto de vista de Jack e Locke. A partir daí duas equipes se formaram dentro da ilha, sendo que metade seguiu as decisões pautadas pela fé e a outra metade pela ciência. Assim como na narrativa, os fãs também passaram a se dividir desta forma. No Brasil, na antiga rede social *Orkut* existia o grupo Locke X Jack, no qual os integrantes discutiam: qual seria o melhor caminho para acompanhar a história da série, a razão ou a confiança no destino?

Fazer parte de grupos e subgrupos é uma característica dos fãs de seriados, que estão sempre alertas para as notícias, interpretações de conteúdo e debates sobre quais são os melhores caminhos para as narrativas que eles tão apaixonadamente acompanham. Dentro das subdivisões dos espectadores, existe o fenômeno do *ship*, que irá causar ainda mais uma distinção de opiniões dentro destas comunidades.

⁹ *Reviews*: Sinopse com comentários realizada por fãs em blogs e redatores em sites.

Ships nas Séries

Na ficção, seja em livros, filmes, seriados ou novelas, o público acaba criando afinidade com alguma dupla, desejando que as duas pessoas estabeleçam uma relação amorosa. Desde os pares mais famosos dos palcos, como Romeu e Julieta, de William Shakespeare, dos livros da Jane Austen, como Orgulho e Preconceito, ou no cinema, como é o caso de Jack (Leonardo Di Caprio) e Rose (Kate Winslet), em Titanic (1997), o público cria uma afetividade com os casais de tramas ficcionais.

Nos seriados, a questão do *ship* se iniciou na década de 1990, com os fãs de Arquivo X (*The X Files*). A história da série era centrada em Dana Scully e Fox Mulder, agentes do FBI, que trabalhavam juntos em casos não solucionados envolvidos em fenômenos paranormais. Eles formavam um equilíbrio entre si, pois enquanto Scully era incrédula, o detetive Mulder acreditava firmemente na existência de forças sobrenaturais e em extraterrestres.

Uma parte do *fandom* do seriado passou a torcer para que os dois tivessem um relacionamento amoroso. De acordo com páginas de fãs na web, foi a partir daí que começou a se utilizar o termo *ship* e *shipper* para denominar os casais da ficção e seus torcedores. Ninguém sabe ao certo se este dado é correto, porém o público mais cativo de seriados, principalmente os espectadores de Arquivo X, possuem a teoria de que o fenômeno de *shippar* surgiu com Mulder e Scully.

Christine Woolley, em seu artigo *Visible Fandom: Reading The X-Files Through X-Philes* (2001), explica que o que aconteceu no período da exibição da série foi uma divisão entre os espectadores. Metade deles desejava que os colegas de trabalho namorassem e a outra metade não via sentido neste desejo, por isso se intitularam de No Romo (No Romance), que em português quer dizer Sem Romance.

The relationship between Mulder and Scully thus create a pivotal space for the viewers's engagement with the depiction and possibilities of intersubjectivity, extending The X-files's focus on the process of creating meaning toward an acknowledgement of the limits and necessity of such work as they relate both to the construction of narratives and to our connections to each other. (WOOLEY, p.35-36, 2002).

A partir de Arquivo X, vieram muitos *ships* nos seriados de TV norte americanas, como foi o caso de Ross e Rachel, de *Friends* (1994-2004), que os espectadores pensaram do início ao fim do programa, até que o casal acabou junto nos últimos minutos do episódio final. Ou Buffy e Spike, de *Buffy – The Vampire Slayer* (1997-2003), que nem no desfecho da trama conseguiu encontrar seu final feliz, deixando seus fãs descontentes.

Na década de 1990, porém, ainda não existiam os neologismos criados a partir da junção do nome dos personagens que formam o casal. A partir de 2005, com a união dos atores Brad Pitt e Angelina Jolie, a mídia começou a utilizar a junção de nomes para falar de um casal, facilitando a comunicação quando precisavam falar de algum par. No caso dos dois artistas, o nome dado foi *Brangelina*. O surgimento dessa forma de falar sobre duplas envolvidas amorosamente ocorreu na internet, com páginas dedicadas às celebridades.

A união dos nomes para denominar uma torcida para par romântico em seriados começou a aparecer também nesse período. Nas quintas temporadas dos programas *Lost* (2004-2010) e *Grey's Anatomy* surgiram *ships Jate, Skate e Suliet*¹⁰ e *Calzona, Merder, Japril, Mallie*¹¹, respectivamente. Nessa época, os fãs começaram a dar uma atenção maior para o ato de *shippar*, criando comunidades virtuais para debater e se informar sobre os casais dos seriados.

Com os avanços tecnológicos e o surgimento de redes sociais como o *Facebook, Twitter e Tumblr*, a participação dos *Fandoms* organizados se tornou mais fácil e dinâmica. Com mais possibilidades de comunicação entre os grupos os *shippers* passaram a se encontrar virtualmente, podendo compartilhar suas teorias e demonstrar sua paixão.

Para além dos fóruns em sites, como já existiam desde Arquivo X¹², a disseminação dos desejos individuais dos espectadores contribuiu para aumento desse fenômeno. Um exemplo disso é o seriado *The Vampire Diaries* (2009-). O *Fandom* da série é bastante participativo e acabou se dividindo em dois grupos, os que *shippam*/torcem para *Delena* (Damon e Elena) e *Stelena* (Stefan e Elena).

¹⁰ *Jate – Jack e Kate; Skate – Sawyer e Kate; Suliet – Sawyer e Juliet.*

¹¹ *Calzona – Callie e Arizona; Merder – Meredith e Derek; Japril – Jackson e April; Mallie – Callie e George.*

¹² Sites como alt.tv.x-files.com e alt.tv.x-filesanalysis.com

A história dos casais é bem simples. Elena era apaixonada por Stefan e detestava o irmão dele, Damon, pois acreditava que o rapaz não tinha uma boa índole. Quando Stefan começa a direcionar sua vida para o caminho do mal, a situação se inverte e a garota passa a rever seus conceitos. Dessa forma, se instala na narrativa o triângulo amoroso entre as personagens.

Os caminhos do programa, além de dividir o público, acabaram gerando conflitos entre os fãs. O termo para explicar este tipo de acontecimento em *fandoms* é *ship war*¹³. Discussões, xingamentos e revoltas fazem parte deste contexto. Os espectadores de *The Vampire Diaries* são considerados os maiores criadores de desavenças nas redes sociais.

Outro seriado com bastante divergência de *ships* dentro do *fandom* é *Once Upon a Time*. Os fãs realizaram uma pesquisa em 2015 e contabilizaram 160 torcidas para casais distintos do programa. Os fãs de OUAT são criadores de polêmicas na internet e defendem fervorosamente suas vontades perante os realizadores da série.

Os shippers em Once Upon a Time e a mudança na fruição da experiência

O fato da série *Once Upon a Time* (OUAT) ser centrado principalmente nos afetos e desafetos e como a definição dos casais influenciam no rumo do conteúdo do seriado, o ato de *shippar* acaba interferindo de forma significativa na fruição da experiência. Os espectadores do programa acompanham as aventuras e peripécias do programa, porém os romances acabam se tornando foco central do *fandom*.

Os *Oncers*, como são chamados os fãs de OUAT, apresentam diversas torcidas para casais da OUAT. Até o atual momento, como já dito, existem aproximadamente 160 *ships* possíveis para o público. Alguns desses *ships* se tornaram mais relevantes do que outros dentro da comunidade de seguidores do programa, seja pelo destaque do par que representam ou pelas teorias dos espectadores sobre os rumos do enredo do programa.

Dentro do universo proposto por OUAT, existem alguns *ships* mais importantes para o *Fandom*, são eles: *Swan Queen*, *Captain Swan*, *Swan Fire*, *Rumbelle*, *Snowing* e *Outlaw*

¹³ Guerra de *ships*: Quando grupo de torcedores se desentendem, criando debates ofensivos e disseminando discurso de ódio.

Queen. Esse fato se dá não só pela importância das personagens dentro da trama mas também pela divergência de opiniões entre os *shippers*.

Por este motivo, o foco principal desta análise são os casais com maiores, mais participativas e fervorosas torcidas, que por sua vez deixam mais claro também a forma como o ato de *shippar* transforma suas visões e interferem na experiência de fruição deles. Para se compreender mais facilmente esse quadro em relação aos fãs da série é preciso revisitar um pouco os acontecimentos de temporadas anteriores, bem como apresentar a situação em que se encontra a trama no presente.

Na primeira temporada, os principais *ships* que apareceram foram *Snowing*, *Swan Queen* e *Rumbelle*.¹⁴ Os episódios que deram início as torcidas foram o 1x1, 1x5 e 1x12, respectivamente. Logo no piloto, na primeira cena, o público encontra uma imagem clássica. O Príncipe Encantado dá o “beijo de amor verdadeiro” na Branca de Neve e quebra o feitiço da Rainha Má. Obviamente, a partir desse momento o casal já ganhou a atenção dos espectadores.

O surgimento de *Swan Queen* é distinto entre seus *shippers*. Para uma parte deles, tudo começou quando as duas se conheceram pela primeira vez, também no piloto. Emma e Regina (Rainha Má) são mães do mesmo filho, uma biológica e a outra adotiva. Quando elas se olharam e falaram “Oi”, foi claro para alguns *Swens*¹⁵ que existia ali uma forte conexão.

No entanto, a cena mais marcante, que de fato consolidou a torcida para a dupla, ocorreu no quinto episódio da primeira temporada. Henry Mills, filho de Emma e Regina, fica preso numa mina abandonada. As duas acabam precisando se unir para salvar o garoto. Em um dado momento, durante uma discussão sobre a melhor forma de resgatar a criança, elas aproximam bastante seus rostos. Isso foi visto pelos *shippers* como uma demonstração de sentimentos em que as personagens quase se beijaram e, por isso, existiria uma grande atração reprimida entre elas.

¹⁴ Outros *ships* como *Mad Swan*, *Mad Queen* e *Xeriff Swan* apareceram, mas foram deixados de lado, com a retirada da personagem do Chapeleiro Maluco (*Mad Hatter*) na segunda temporada e a morte do Xerife Graham na primeira.

¹⁵ *Shippers* de *Swan Queen*

Por fim, surgiu *Rumbelle*, a história reinventada da Bela e a Fera. Em OUAT, a fera é a personagem *Rumpelstiltskin*, que faz um acordo com o pai de Belle, ajudando a família da moça a vencer a Guerra dos Ogros, em troca dos auxílios dela como serva em seu castelo. O enredo é desenvolvido no episódio doze, da primeira temporada, chamado *Skin Deep*.

Posteriormente, não surgiram ameaças concretas para o os casais *Rumbelle* e *Snowing*, dentro da trama, que permanecem juntos, mesmo que com conflitos. No entanto, para os fãs, existe uma relevância dos casais na hora de elaborar as teorias sobre OUAT, que se baseia nos paralelos de cenas. Os espectadores acreditam que os autores os realizam para definir o amor verdadeiro na série e os *shippers* utilizam esses elementos para defender suas opiniões sobre os casais que torcem.

Até então, a questão mais sobressalente estava na divisão do *fandom* entre os que não enxergavam *Swan Queen* e os que viam a dupla como casal. Ainda assim, mesmo que não houvesse grandes discussões entre eles, a semente para o fortalecimento do ato de *shippar* na série foi plantada na primeira temporada.

Com a chegada da segunda temporada, novas personagens foram introduzidas. Dentre elas estavam *Neal* e Capitão *Hook*¹⁶. O primeiro é o pai do filho de Emma Swan e possuía uma complicada história com a moça, assim surgiu o ship *Swan Fire* (SF). A história deles é apresentada no 2x6, episódio nomeado de *Tallahasse*. Nele, os espectadores descobrem como o par se conheceu e como o rapaz acabou abandonando Emma. Já *Hook* conhece *Swan* em uma viagem, que é narrada no 2x5, *The doctor*. O rapaz flerta bastante com *Emma*, mas por ele permanecer num limiar entre vilão e herói, ela acaba o rejeitando. Apesar dos problemas entre os dois, uma parte do público desejava que a dupla ficasse junta, criando o time *Captain Swan* (CS).

Enquanto a torcida para *Swan Queen* crescia e algumas teorias apareciam, uma rivalidade entre os SF e os CS se formava. De um lado havia o grupo que acreditava que *Neal* e *Emma* eram “amor verdadeiro” e que as ações da moça se baseavam nas consequências que esse relacionamento trazia para sua vida. Do outro, existiam os fãs que enxergavam o Gancho

¹⁶ *Hook*: Gancho.

como uma nova possibilidade de romance para *Swan* e *Swan Fire* seria apenas uma transição para estabelecer *Captain Swan* como casal.

Simultaneamente, os torcedores de *Swan Queen* começavam a elaborar a teoria de que os autores estavam escrevendo a série para trazer um conto de fadas moderno, com duas mulheres como protagonistas, dando destaque para os episódios 4x10, *The Cricket Game* e 4x22, *And Straight on till morning*, no qual a interação das duas é maior e mais relevante para essa parcela do *fandom*.

As *ship wars*¹⁷ ainda estavam mais centradas entre os *shippers* de SF e CS, porém um incidente entre um integrante do elenco e os *Swens* marcou esse período. *Michael Coleman*, que interpreta o Feliz na série, afirmou na sua conta do *Twitter* que não havia possibilidade alguma de *Swan Queen* acontecer. Logo, os autores e a atriz *Jennifer Morrison* rebateram o comentário do colega, causando tumulto no *fandom*.

A torcida para *Captain Swan* apoiou *Coleman* em seu *tweet*, pois eles acreditam que SQ é uma ilusão de seus *shippers*, por, na opinião deles, não haver indícios algum no seriado de que esse casal possa a vir se tornar *canon*¹⁸. Já os *Swens* relataram seu incomodo com a situação e defenderam o direito de *shippar* a dupla que desejarem no programa.

Nas temporadas posteriores, as torcidas foram tornando-se cada vez mais fortes e influenciando de forma marcante as experiências de fruição do seriado. O público, através de postagens na internet, mostrava as narrativas paralelas que acabavam criando, a partir do desejo de ver os casais *shippados* juntos.

Na quarta temporada é possível destacar alguns episódios mais relevantes para o rumo dos *shippers*. Um deles é o 4x15, *Enter the Dragon*. Nele, mais um *ship* surgiu, *Dragon Queen*, formado por Regina e Malévola. Para uma parte do *Fandom*, elas são apenas amigas, porém para outra parcela de fãs realmente aconteceu algo romântico entre as duas.

¹⁷ *Ship War*: Guerra de ship

¹⁸ *Canon*: Quando um casal fica junto na narrativa.

A repercussão dos acontecimentos do 4x15 aumentou após a *Dragon Con*, convenção de fãs que ocorreu no dia 06 de setembro de 2015, quando a atriz *Kristin Bauer* confirmou o envolvimento da dupla em uma entrevista. A partir daí os *Swens* tiveram a confirmação que precisavam para embasar sua torcida, pois essa informação confirmava a bissexualidade de Regina, tornando SQ mais possível de ocorrer. Os OQ discordavam da informação que Malévola e Regina tenham se relacionado amorosamente, ainda que Bauer tenha confirmado. Para eles, é preciso que se mostre abertamente na série se algo aconteceu entre as duas para que eles considerem *canon*.

Outro episódio importante foi o 4x22, *Operation Mongoose*, exibido em maio de 2015. No período que o antecedeu até o final da temporada, os *shippers* começaram a postar suas teorias, vontades e entendimentos sobre a série, em diversas redes sociais, com mais intensidade no *Twitter*. Com os anúncios, *sneak peeks* e *trailers* da *finale*, os *shippers* começaram a disparar postagens sobre o assunto.

Os *Swens* acreditavam que teriam diversas cenas dedicadas a Emma e Regina e que a partir dali começariam a definir o relacionamento das duas como algo além da amizade. Já os *Captain Swan* apostavam que o destaque maior seria para este *ship* e que alguma evolução entre eles aconteceria. Por fim, os *Outlaw Queen* estavam na expectativa de uma reaproximação do casal que, devido a alguns problemas, havia se distanciado.

Considerações finais

Tendo em vista o processo de comunicação que se estabelece entre público, membros da equipe de *Once Upon a Time* e a série em si é possível notar as diferentes experiências de fruição do *fandom* no que se refere ao conteúdo do programa, a partir do ato de torcer (*shippar*) para um par romântico dentro da história.

Dentro dessa perspectiva, é possível enxergar que a realidade do *Fandom* de OUAT foi se construindo ao longo do período de exibição e continua expandindo suas particularidades, à medida em que novos episódios são lançados. Entre os múltiplos *ships* existentes dentro da comunidade dos *Oncers* surgiram interpretações distintas de um mesmo acontecimento na narrativa, demonstrando o poder do público de ressignificar o conteúdo de uma produção ficcional.

Com os meios digitais, que trazem novas possibilidades de interação entre *fandoms* e seus objetos de admiração, a questão da territorialidade passa a ficar em segundo plano. O debate e a união de fãs se dá muito mais por suas torcidas do que pelo país ou cidade onde vivem. É possível notar a sintonia entre os *shippers* de diversos locais do Brasil e do mundo, sem que questões sociais ou culturais sejam o destaque. Até o idioma torna-se um só, o inglês, para facilitar essa interação. A análise fica focada no processo de fruição e as distintas experiências, característica própria das pesquisas interpretativas de recepção em que a metodologia mais utilizada é “um tipo de etnografia da audiência, que requer do pesquisador a reconstrução do significado da mídia a partir da perspectiva do sujeito”, (WHITE, 1998, p.58).

Obviamente, outros fatores contribuem para a modificação da recepção de um público, como idade, etnia, orientação sexual etc. Porém, o laço que une os espectadores de um seriado na contemporaneidade, principalmente os *Oncers*, é o ato de torcer para um par romântico no programa. Esse fenômeno possui uma forte relevância para se entender os caminhos dos possíveis tipos de fruição de espectadores do audiovisual, além de sua importância para sociedade no que se refere à compreensão do comportamento dos fãs e quais as consequências essa admiração por algo ou algum produto pode gerar.

Sobre o campo das interferências causadas pelo o ato de *shippar*, é possível notar que ainda existem muitas questões que podem ser analisadas. Este é um estudo que ainda pode ser bastante explorado e visto com mais profundidade. Destrinchar as possíveis causas para a escolha de um determinado casal, compreender como funciona o pensamento de um *shipper* e como isso pode afetar sua rotina são algumas questões que podem ser vistas posteriormente.

A torcida para um casal em um seriado pode ser vista muito além do que ela aparenta ser. Dentro de suas comunidades é produzido vasto material como teorias, *fanfics*, *reviews* e *fanarts*. Novos produtos da cultura de massa nessa “sociedade da informação”. Para além dos produtos artísticos produzidos por fãs, há também um estilo de comportamento em cada *fandom* e nas torcidas para casais. Eles escolhem líderes, se organizam para declarar seus desejos e conquistas, movem o mercado consumidor, chamam a atenção de marcas

importantes no mercado mundial. O fenômeno é um processo constante de troca de informações, opiniões e interesses.

As questões centrais deste artigo são apresentar o fenômeno dos *ships*, colocando esses grupos em questão, demonstrar as várias interpretações que um mesmo produto pode ter para os seus espectadores e mostrar que existe um universo no qual indivíduos de territórios, profissões, visões e possibilidade de vidas tão distintas, se unem em um único ponto.

Ainda que esse poder aparente ser modesto, como Jenkins (1992) aponta em sua obra, o fato é que os fãs continuam existindo, criando novas comunidades e lutando para ter voz no processo comunicacional. Com a ajuda da internet, eles ganharam uma força ainda maior e para o futuro, com as novas possibilidades trazidas pela tecnologia, esse contato tende a crescer e reconfigurar o modelo de organização dos produtores de conteúdos ficcionais e o universo de possibilidades destes produtos, assim como das teorias de interpretação da audiência.

REFERÊNCIAS

- ESQUENAZI, Jean-Pierre. **O Sentido do público**. Lisboa: CIMJ/Livros Horizonte, 2005.
- GOMES, Regina. **Teorias da Recepção, História e Interpretação dos Filmes: Um breve panorama**. Lisboa: 4º SOPCOM, 2005.
- JAUSS, Hans Robert. **A história da literatura como provocação à teoria literária**. São Paulo: Editora Ática, 1994.
- JAUSS, Hans Robert. **Pequena apologia de la experiencia estética**. Barcelona: Paidó, 2002.
- JACKS, Nilda. **Meios e Audiências II: a consolidação dos estudos de recepção no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2014.
- JACKS, Nilda. **Tendências Latino-Americanas nos estudos da Recepção**. Rio Grande do Sul: VII Congresso de Intercom, 1994.
- JENKINS, Henry. **Textual Poachers: television fans & participatory culture**. New York: Routledge, 1992.
- JENKINS, Henry. **Cultura de Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- LEITÃO, Diego Fabião G.M. **Razão e História: a recepção de adorno e horkheimer das teses sobre o conceito de história e a inflexão filosófica da dialética do esclarecimento**. Goiás: UFG, 2013.
- LIMA, Paola Candian Lessa de. **De olho na tela: O consumo de séries de TV norte-americanas através da internet**. Trabalho de Conclusão de Curso. Juiz de Fora: UFJF, 2013.
- MASCARELLO, Fernando. **Os estudos culturais e a recepção cinematográfica: um breve mapeamento crítico**. Rio de Janeiro: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação – COMPÓS, 2005.
- MATSUZAKI, Luciano Yoshio. **Internet, seriados e emissoras de televisão: prática dos portais e das comunidades de fãs**. São Paulo: FCL, 2009.
- MITTEL, Jason. **Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea**. Matrizes, Ano 5 – nº 2 São Paulo, 2012.

- MOREIRA, Lílian Fontes. **A narrativa seriada televisiva: O seriado Mandrake produzido para a TV a cabo HBO.** Rio de Janeiro: UFRJ, 2007.
- REZENDE, Nathalia. NICOLAU, Marcos. **Fã e Fandom: Estudo de Caso Sobre as Estratégias Mercadológicas da série Game of Thrones.** São Paulo: VIII Simpósio Nacional da ABCiber. ESPM-SP, 2014.
- RÜDIGER, Francisco. **Theodor Adorno e a Crítica à Indústria Cultural: comunicação e teoria crítica da sociedade.** 3ª edição. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.
- SANTOS, Maíra Bianchini dos. **De I Love Lucy à Lost: Aspectos Históricos, Estruturais e de Conteúdo das Narrativas Seriais Televisivas Norte-Americanas.** XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. Rio Grande do Sul: UFSM, 2010.
- STAIGER, Janet. **Perverse Spectators – the Practice of film.** Nova Iorque: New York University Press Book, 2000.
- WOOLLEY, Christine. **Visible Fandom: Reading The X-Files Through X-Philes.** Illinois: university of Illinois Press, 2001.
- WOTTRICH, Laura Hatenspflug. **As perspectivas das Mediações de Jesús Martin-Barbero no Estudo de Recepção da Telenovela.** Curitiba: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009.