

Os Fãs e o *Shipping*: Destiel e as Estratégias de Engajamento no Fandom de Supernatural¹

Bruna Maria de MENESES²
Carolina Dantas FIGUEIREDO³
Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

Resumo

Este estudo almeja observar e analisar as dinâmicas internas do fandom do seriado Supernatural, evidenciando estratégias narrativas criadas pelos fãs para dar suporte a Destiel (suposto relacionamento existente entre Dean e Castiel). A união existente entre os fãs, além da questão afetiva, permite que os mesmos criem formas de engajamento que funcionam dentro dos espaços virtuais. A relação entre os fãs e a indústria midiática nem sempre é harmônica, porém, é a partir dessa busca por equilíbrio que os papéis dos fãs começam a se reconfigurar e eles se tornam cada vez mais importantes para o futuro da indústria audiovisual.

Palavras-chave: fandom; engajamento; narrativa; seriado; Supernatural.

Introdução

É notável o gosto que o grande público possui por temáticas de suspense, terror, drama, comédia e assuntos de família. Dessa maneira, quando o seriado Supernatural estreou em 2005, não demorou muito para se tornar uma das séries mais queridas e assistidas dos últimos tempos. Não obstante, Supernatural segue adiante e em 2016 começará sua décima segunda temporada. Consistindo de temporadas anuais com aproximadamente vinte e três episódios cada, a trama acompanha a vida dos irmãos Sam

¹ Trabalho apresentado no II 4 – Comunicação Audiovisual do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

² Graduada do Curso de Jornalismo (2015.2) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: 221bbruna@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), email: caroldantasfigueiredo@hotmail.com

e Dean Winchester, caçadores do sobrenatural, onde diversos aspectos da mitologia são explorados, desde fantasmas e vampiros chegando até a anjos e a deuses.

Supernatural teve seus bons e maus momentos, mas segue com uma nova temporada a cada ano graças ao apoio de seus fãs. Pouco importa aqui discutir de que maneira as pessoas se envolveram com a série. O fato é que estão envolvidas. A movimentação dos Hunters (grupo de fãs de Supernatural) nas redes sociais, em especial no Tumblr, comprova o tamanho e a força que esse fandom possui. Por consequência, é de se esperar que a narrativa “oficial” não seja vista da mesma maneira por todos os fãs. Chegou a um ponto em que eles perceberam possuírem as condições necessárias para ao menos tentar interferir. O fandom pode e deve ser ouvido. Eles podem transformar a narrativa, adaptá-la, contorná-la, brincar com ela. E a indústria precisa estar atenta a essas mudanças.

O presente trabalho estuda de que maneira os fãs de Supernatural se apropriam e interpretam a narrativa tida como oficial – a que vemos na televisão -, adaptando-a de modo a seguir seus interesses, que também são os de grande parte do fandom. Além de inferir de que modo tal apropriação se reflete nos ideais dos produtores.

Atrelado ao funcionamento das inúmeras narrativas está o fandom, um grupo que se diferencia da audiência tradicional por atuar no sentido de comunidade movida por *afeto*. O fandom abordado aqui são os Hunters, de Supernatural. Todavia, dentro desse grupo, estão aqueles que acreditam no relacionamento amoroso entre os personagens Dean e Castiel. Os que shippam (acreditam no relacionamento), parcialmente frustrados por verem pouco (ou melhor, quase nenhum) progresso nessa relação, criam estratégias alternativas à narrativa principal. Criam seus próprios trabalhos, sua própria versão da história.

Cada uma dessas versões tem, por teoria, o objetivo de melhorar a obra principal, fornecer outros tipos de olhares. É um “como poderia ser, se...”. A criatividade dos shippers fala mais alto. Criam músicas, vídeos, histórias, artes, enfim, qualquer tipo de produção que possa evidenciar a devoção deles por Destiel. Esse estudo segue o tortuoso caminho dos fandoms que, cada vez mais, buscam por alternativas para serem ouvidos e para que percebam a importância deles para o seriado.

O anjo e o caçador

Na quarta temporada de *Supernatural*, para explicar como Dean retornou do Inferno após ter morrido, é introduzida a mitologia dos anjos e, junto com eles, Castiel. Cas, como é chamado por todos, em um primeiro momento tem tendências de militar. Conforme o tempo passa e o personagem se desenvolve, o guerreiro celeste acaba por se revelar como uma criatura inocente, que não entende nada do comportamento humano. E que possui uma conexão muito forte com Dean. Da interação entre o anjo e o caçador demonstrada nas cenas começaram a surgir aqueles que enxergam um relacionamento amoroso entre os dois. Assim “nasceu” Destiel, da junção entre os nomes.

Ao longo das temporadas, a dinâmica entre os personagens cresceu a tal ponto que dentro do fandom, são muitos os que aceitam Destiel como sendo algo oficial. Há indícios, brincadeiras colocadas pelos roteiristas. No episódio 200, intitulado *Fan Fiction*, Sam Winchester brinca com o nome do ship criado pelos Hunters, questionando se deveria ser Destiel ou Casdean. Ainda que a série não tenha deixado nada explícito, o fandom vai adiante no sentido de acreditarem no relacionamento, por criarem uma ligação afetiva com o ship de modo que esse fenômeno passa a fazer parte do cotidiano deles, independentemente pertencer ao cânone ou não.

Os Hunters

Contudo, o funcionamento da indústria, dos processos da criação, apropriação e compartilhamento por parte dos fãs e tudo que engloba a mítica do fandom vão além de quarenta e cinco minutos repletos de momentos para deixar o fã feliz. Há toda uma estrutura produtiva que anda lado a lado de um senso de coletividade e de afeto. Não se trata simplesmente de assistir e consumir um produto midiático, mas sim de se ver engajado e fazendo parte dele. Ou melhor, o “fazer parte” para o fandom significa que podemos participar, produzir e compartilhar com pessoas com interesses semelhantes.

Os fandoms são um tipo de coletividade (no qual eles agem como comunidades em vez de indivíduos) e conectividade (no qual seu poder é ampliado por seu acesso às comunicações ligadas em rede) cuja presença está sendo sentida na cultura contemporânea. (JENKINS, 2014, p. 210)

Incitar o engajamento. É assim que funciona. Quer seja da parte dos produtores, quer seja da parte dos fãs propriamente ditos. E esse último grupo tem se mostrado muito mais importante do que o primeiro. Afinal, se não estamos satisfeitos com o que acontece com determinado personagem, por que não o tirar daquele universo e reformular toda a

história por trás dele? Os universos narrativos garantem essa liberdade de criação e apropriação, além de provocar “discursos compartilháveis”.

É possível citar também a distinção que estudiosos fazem entre dois possíveis tipos de fandom, o afirmacional e o transformacional (obsession_inc, 2009 apud JENKINS, 2014, p.192). Enquanto que no afirmacional é pregada uma ideia de reafirmação do que seria considerado o cânone original, onde o que faz a diferença são os detalhes mas, em que todas as características iniciais são preservadas. No de caráter transformacional a lei é reescrever e transformar, alterar a narrativa para que ela consiga resolver alguma lacuna mal preenchida no material original, quer seja para tocar em um ponto que ficou em branco, que não atendeu os desejos dos fãs ou também por pura diversão.

A maior parte das brigas envolvendo o relacionamento entre personagens se acontece neste segundo grupo, uma vez que o público (do fandom) não se dá por satisfeito com a forma como o personagem e a história estão representados. Eles almejam uma melhoria da narrativa principal e de fato procuram interferir da maneira que podem. Querem ser notados.

Acima de tudo, um fandom é movido por paixões. Pelo sentimento de amizade, camaradagem, por encontrar alguém que, assim como você, não aceita, por exemplo, a morte de um determinado personagem. Por conseguinte, quem é que detém o poder sobre a trama para dizer que a narrativa principal não pode sofrer melhorias? Muitas vezes, apesar dos responsáveis pelas franquias deixarem de lado boa parte do conteúdo que os fãs levam em consideração, são eles os que mais prezam pelo engajamento, uma vez que é esse público específico o que vai dar retorno econômico. Trata-se de uma busca eterna pelo equilíbrio e harmonia de interesses, onde a indústria passa a correr riscos.

Neste segmento, a produção e encaminhamento do trabalho dos fãs na mídia geralmente tem como objeto comunicar algo que seja do interesse deles, variando desde ter mais conhecimento sobre a trama ou a ponto de desejar interferir no que acontecesse no cânone em favor do que acreditam ser melhor. A cultura da participação atende a interesses alternados e cada vez mais o público utiliza tais plataformas como uma ferramenta de resistência às empresas de mídia. Além de ser uma forma de resistência, é uma estratégia de engajamento, meio facilitador para a divulgação e o compartilhamento.

O termo engajamento sempre aparece relacionado com os fandoms e suas respectivas áreas de atuação. Engajar-se, ou seja, ver-se de alguma maneira envolvido a

ponto de ser atuante naquilo com o que se está envolvido. Defender seus valores, suas ideologias, propagar seus ideais, relacionar-se com as outras pessoas que também fazem parte daquele grupo.

Joshua Green escreve que esses novos modelos de apropriação e consumo são baseados no engajamento. Esses modelos:

Veem a audiência como uma cooperativa de agentes ativos cujo trabalho pode gerar formas alternativas de valor de mercado. (...) Tais modelos valorizam a propagação de textos de mídia, uma vez que as audiências engajadas são as mais propensas a recomendar, discutir, pesquisar repassar e até gerar material novo em resposta”. (GREEN, 2014, p.153)

Green, porém, descreve o engajamento como sendo uma atividade realizada por toda audiência, porém, ela não ocorre da mesma maneira para todos os fãs. Uma coisa é comentar uma morte ocorrida em um seriado em uma roda de amigos. Outra é de fato se pronunciar a respeito na internet e tentar conquistar o maior número de pessoas para apoiar a causa. O fandom é um tipo específico de audiência, no qual os valores que movimentam seus integrantes não são mera e exclusivamente econômicos ou voltados para consumir (assistir) quarenta e cinco minutos e depois retomar à vida cotidiana. Eles fazem mais do que isso. Os Hunters, especificamente aqueles interessados em Destiel começam a produzir materiais de cunho afetivo e bem-humorado, divulgados na internet para que outros fãs tenham acesso. São modos de se apropriar da narrativa, transformando-a e, em certo ponto, são capazes de influenciar na narrativa oficial.

A produção dos fãs

Essa análise recai sobre diferentes categorias de produção, sendo fundamental que sejam feitas por fãs, e não por produtores ou conglomerados midiáticos. Definimos a existência de três principais, quando estamos falando de Supernatural e, mais especificamente, de Destiel. São elas: Produções musicais: essa categoria engloba qualquer material de áudio. São as “fansongs”, músicas criadas pelos fãs. Boa parte delas são paródias, contudo, há criações originais;

1. Produções audiovisuais (fan vidding ou fanvid): qualquer material de vídeo produzido por fãs e divulgado na web. O principal veículo de divulgação é o Youtube. Dentro dessa categoria podemos citar ainda:

2.1 Trailers - Diversificados. Podem ser trailers simples feitos pelos fãs dentro do universo da série; trailers AU (ou seja, que englobam um universo alternativo); trailers para fanfics;

2.3 Cracks e Songspoo - Existem também os chamados crack vídeos, conhecidos por misturarem música, paródia e audios de comédia;

2.4 Reaction e opinion videos - Ou ainda os reaction vídeos, os quais mostram como os fãs reagiram diante de algum acontecimento ou episódio;

2.5 Fanvids - pura e simples combinação entre uma música e cenas da série, como se fosse um videoclipe;

3. Material de texto e imagem: são recaps, memes e qualquer outro material em que a imagem e o contexto dentro da série são mais importantes e atribuem sentido a eles. Muitas vezes representam o que o fandom almeja, mas não consegue. No caso de Destiel, por exemplo, muitos recaps - coleções de capturas de tela recontando uma cena ou episódio - trazem o relacionamento entre Dean e Castiel no estilo “o que realmente aconteceu”.

Produções musicais podem ser paródias ou criações originais. Para traduzir Destiel musicalmente falando, alguma das principais incluem músicas como *Blank Space* (Taylor Swift), *Hallelujah* (Jeff Buckley) ou ainda *Hey There, Delilah* (Plain White T's), dentre outras. *Blank Space*, por exemplo, leva o nome de *As Long as It Takes* e vem pela voz (e pela página no Youtube) da usuária Jessye Rian Jennings e foi publicado em janeiro de 2015, contando (até outubro desse mesmo ano) com mais de 75 mil acessos. Para o universo do Youtube, pode ser uma quantidade relativamente pequena, porém, para um fandom, é um número bem interessante, especialmente quando consideramos os mais de dois mil *likes*. Abaixo, segue trecho:

*Jumpin' in your fancy car even though I have my wings
Hell and Heaven aren't far but we found love in the middle
So thank God for giving me Grace for I could raise you from the grave to start
our path of great mistakes
Sammy doesn't understand how we have such a profound bond
But I never really cared what the moose thought 'cause I'm like
"Oh my God, who is this man?" You took my heart when I took your hand
On your side of the war, I'll stand*

(Tradução)

*Mesmo tendo minhas asas, viajo no seu carro
Inferno e Céu não estão distantes, mas encontramos amor no meio do caminho*

*Então obrigado Deus, por ter me dado Graça para que eu o tirasse do túmulo
para começar a nossa jornada repleta de erros
Sammy não compreende como nós temos um laço tão profundo
Mas eu nunca me importei com o que o alce pensa, porque estou tipo:
“Oh, meu Deus. Quem é esse homem?” Você tomou meu coração quando eu
tomei a sua mão.
Na guerra, eu permanecerei ao seu lado*

A produção audiovisual possui algumas classificações. Os trailers tem a mesma função dos trailers tradicionais, como os de filme. Dão abertura ao criador para brincar um pouco mais com a narrativa, combinando imagens e áudio. Crack vídeos são um fenômeno relativamente recente. É uma compilação de vídeo e áudio predominantemente satírica com os acontecimentos do seriado, usando músicas famosas e áudios de humor, fazendo combinações absurdas. Como exemplo:

- Uma cena de jantar sendo comparada com a cena do jantar de *A Dama e o Vagabundo*, desenho clássico da Disney. Enquanto Castiel supostamente (de acordo com o fandom) imagina um clima de romance semelhante ao do desenho, logo tem seus sonhos destruídos quando a realidade vem à tona escuta-se Dean pedindo: “mate-me, esfaqueie-me”;
- Cenas de Dean encarando o próprio reflexo no espelho combinadas com algumas de *Harry Potter e a Pedra Filosofal*, onde Dumbledore explica como funciona o Espelho de Ojosed, onde podemos enxergar nossos desejos mais profundos. Consequentemente, a montagem feita foi a do Winchester enxergando Cas no reflexo;
- Uma montagem com “*Não direi que é paixão*” (I won't say I'm in love), do desenho Hercules da Disney, evidenciando o quanto os dois negam qualquer sentimento e relacionamento em potencial que possa existir entre eles.

Um tipo de vídeo que vem se tornando cada vez mais comum no Youtube (ao menos para os seriadores - nome dado para a audiência dos seriados para eles mesmos) são os vídeos de reação e/ou opinião. Como o próprio nome já diz, são audiovisuais produzidos por fãs nos quais eles se expressam da maneira mais direta possível, contando para seu telespectador o que ele achou do episódio, o que foi bom, o que foi ruim, como poderia ter sido melhor. Dito de outra forma, os vídeos de opinião são a maneira mais simples de um integrante do fandom dizer se concorda ou não com o cânone apresentado na série e quais alterações ele faria se pudesse.

Já os reaction vídeos são aqueles em que as pessoas se filmam assistindo a um episódio ou a uma cena e depois disponibilizam essa filmagem nas plataformas online.

No geral isso acontece em finais de temporadas ou em cenas emocionalmente mais fortes. Como consequência, há uma quantidade (exagerada) de lágrimas, xingamentos e risadas. Embora esses produtos estejam um pouco mais afastados do conceito de fanwork, é neles que há um toque maior de proximidade com o real, uma vez que projeta ideais de afeto e empatia. São estratégias de engajamento (GREEN, 2014) que literalmente colocam um fã de frente para outro, de modo que haja compreensão entre o que eles estão sentindo no momento em que o episódio é assistido.

O fenômeno mais recente dentro dos fandoms provavelmente são as diversas variações de text post (Anexos A e B), que consistem em screencaps (imagens) de alguma cena do episódio sobre as quais são acrescentadas frases de temática de diversas, dentre elas, ironias e humor, que se popularizaram no Tumblr nos últimos anos. Dentre a variedade de materiais produzidos por fãs, os que envolvem imagem e texto são, por vezes, os mais simples. Eles não exigem nenhuma habilidade para editar vídeos ou músicas. Basta ter um print de uma cena e re-interpretar a mesma da maneira que for mais conveniente.

No Anexo A (p. 12), Dean flerta com Castiel, mas logo disfarça o que disse com um comentário aleatório sobre o sol. Na imagem seguinte (Anexo B, p. 13), Cas fala pelo viva-voz do celular, acreditando que Dean está ouvindo, quando na verdade o caçador está do lado de fora, no meio de uma luta.

Contudo, boa parte dessas interpretações só adquire sentido dentro do conjunto de referências culturais do fandom. De acordo com John Fiske (1992, p.43), professor de comunicação da Universidade de Wisconsin, especialista em estudos de televisão e mídia, existe o conhecimento cultural geral e o conhecimento do fandom. O conhecimento cultural é aquele que qualquer um pode adquirir, o básico sobre uma determinada série. O conhecimento do fandom é mais específico. Enquanto o primeiro tipo é imposto sobre nós conforme acompanhamos os episódios, o conhecimento do fandom é algo que se busca, do qual os fãs vão atrás. A partir do momento que eles constroem um conhecimento mais sólido, ocorre uma reconfiguração do poder que eles possuem dentro da indústria e dos papéis que cada lado deveria representar.

A identidade do fandom

O fandom produz e compartilha em seu próprio meio, nos espaços sociais que ele cria para manter o engajamento. Entretanto, o que os produtores já começaram a perceber há algum tempo é que eles precisam compreender seus fãs, ainda que os interesses de ambos os lados nem sempre estejam balanceados. É um sistema “simples”: o seriado é produzido e exibido. É necessário que haja retorno.

A partir do momento que o fandom se vê emocionalmente atrelado à narrativa, eles, em seus espaços particulares, criam e compartilham discursos dotados de valor a respeito da obra. Discurso esse cujo alcance é cada vez maior. A voz dos fãs se faz ouvir e, dessa maneira, se obtém o dito retorno, quer seja ele financeiro ou de afeto. Nota-se que a participação dos fãs tem sido cada vez mais significativa, uma vez que é importante tentar deixar de lado os conflitos de ideias para que ambos os lados saiam ganhando. Porém, nem tudo é assim tão simples. A resistência contra o ship é forte. No caso específico de *Destiel* existe um embate travado entre os produtores e os fãs, uma vez que os primeiros persistem com a heterossexualidade de Dean, acrescentando de vez em quando alguma relação casual com uma mulher (que nunca segue adiante na série). Seguindo a premissa de resistir e de engajar, são criados vínculos fortes entre os integrantes do fandom.

Essas novas formas de sociabilidade e de vínculos criados, potencializados pela web, aumentam o que Matt Hills (2015), professor de Estudos de Televisão e Filmes da Universidade de Gales e especialista na questão de estudos de fãs, chama de “intensidade do engajamento emocional”, termo chave para explicar como se dão as conexões afetivas que impulsionam a união entre os shippers e que fundamentam uma certa construção de identidade vinculada ao fandom. Sobre isso, Hills afirma:

Creio que em muito o fandom relaciona-se a representar uma identidade, é sobre um sentido para o eu, sobre afeto, em termos de atuar num nível emocional, subjetivo. E é sobre o indivíduo ser colocado numa comunidade, na qual é preciso uma noção de discurso, bem como emoção. (HILLS, 2015, p. 150)

Esse trecho ressalta os medos e incertezas que acompanham os shippers de *Destiel*. Por um lado, eles se veem marginalizados uma vez que o seriado não se compromete com o ship. Como consequência, atuam com elementos de resistência à trama. Se não conseguem que seja oficial, buscam estratégias externas, dentro de sua respectiva comunidade, dentro da qual o valor emocional, o comprometimento e a paixão pelo ship é compreendida e compartilhada por pessoas.

Por outro lado, o fandom teme que seu comprometimento emocional seja mal utilizado, que se configure em uma resposta comercial por parte da empresa de mídia. De que adianta tornar o ship oficial uma vez que se corre o risco de perder o valor subjetivo do mesmo, uma vez que ele pode se transformar simplesmente em uma fonte de lucro? Ao mesmo tempo que fanvids, fansongs e imagens servem para atestar o comprometimento do fandom com Destiel, por outro lado, são práticas de resistência. A partir do momento que esses discursos são criados e veiculados, eles passam a existir como uma prática cujo ideal é contrário ao defendido pelos roteiristas.

São criadas estratégias discursivas dos fãs, estratégias narrativas. Uma vez compartilhadas, dentro ou fora do fandom, elas potencializam o valor simbólico, afetivo daquilo que se defende, de Destiel. Assim, as duas forças se harmonizam e conseguem conviver uma com a outra, compreendendo que são dependentes para funcionar. O fandom não existe sem o seriado e os produtores não conseguiriam levar adiante Supernatural sem seus fãs mais comprometidos.

A partir disso, cria-se a identidade do fandom, cercada por elementos de resistência e, ao mesmo tempo, de participação significativa.

Para milhares de fãs, os valores de produção com certeza não são o objetivo, ou pelo menos não o ponto principal. [...] É em parte um prazer ritual, que oferece confiança em sua familiaridade e regularidade. (BRUNSDON, 1984, p.86 apud JENKINS, 2014, p.164).

Fanvids, fansongs, fanarts, fanfics e outros são estratégias de discurso do fandom, incorporadas aos espaços virtuais, que se comprometem com o que o fandom considera modos de melhorar a narrativa. A partir disso, cria-se uma identidade e se adquire poder dentro de sua respectiva comunidade para ter o direito de “falar sobre”.

Contudo, não é apenas ter o direito de falar sobre. O ato de shippar Destiel ou pertencer aos Hunters vai muito além de uma disputa com os produtores. A criação de narrativas alternativas compartilhada entre aqueles com interesses semelhantes faz aumentar essa sensação de prazer ritual, de familiaridade. Não é preciso que Destiel se torne cânone para que haja maior ou menor afeto e união entre os fãs. O fandom funciona dessa maneira e é isso o que garante a ele identidade e força para se configurar como tal.

Assim, é possível notar que cada vez mais os produtores e roteiristas da indústria televisiva percebem a importância de seus respectivos fandoms para que eles continuem resistindo. Afinal, falar em fandom é falar em resistência que vai além de valores econômicos. São valores de sensibilidade e discussões sobre afeto. É difícil delimitar

quais as futuras influências dos Hunters na série, contudo, é graças a eles que Supernatural continua resistindo. E, como já foi dito no episódio 200 pelo próprio Dean Winchester, cada um tem a sua versão. Devemos respeitar todas.

Conclusão

O equilíbrio entre indústria e os fãs nunca será perfeito. Cada lado tem suas respectivas motivações para levarem a narrativa pelo caminho X e não pelo Y. Sabemos que, do lado da produção, pesa o valor comercial da obra. Atender a todos os desígnios dos fãs seria impossível. Nunca haverá uma narrativa única, que atende a todos os desejos. Essa não é uma batalha para encontrar essa utópica narrativa oficial, mas sim um caminho em que o fandom olhe para si próprio e entenda que eles tem em mãos todas as ferramentas para serem ouvidos, para que as narrativas de cada um deles seja, antes de tudo, respeitada e compreendida. Afinal, os Hunters são talentosos, dedicados. O que seria de Supernatural sem seu fandom? A série com certeza já teria sido encerrada há muito tempo.

Em meio a tudo isso, temos Destiel. Cada um tem seus motivos particulares para shipar o anjo e o caçador. Por mais que esse ship seja mais um motivo de desavenças internas, de preocupações para o fandom e perturbações para os produtores, ambos os lados compreende, conforme o tempo passa, que são fundamentais para a existência um do outro.

Muito mais do que um campo de batalhas, o fandom é um lugar de expressão. Cada um dá a sua visão da história, cria estratégias para melhorar a narrativa, para engajar. Aqueles que shippam Destiel percebem que podem ser ouvidos e que são importantes para a trama. Afinal, já foram até mencionados em um dos episódios da trama. As relações internas do fandom, assim como as que envolvem o fandom e a indústria da televisão se configuram a partir dessas divergências, sendo essa balança quase sempre desequilibrada, contudo, para o bem não só de Supernatural como de qualquer outro produto de mídia, compreender a importância de seus fãs e fazer com que sejam ouvidos é o primeiro passo para garantir o sucesso do seriado.

Supernatural está aí. Doze anos depois. Dean e Castiel ficarão juntos? Provavelmente não. Mas não importa. É mais divertido assim. Dando asas à imaginação dos fãs e fomentando os debates, instigando-os a continuar dizendo “ei, produção, estamos aqui, olhe para nós”. Assim como Dean e Cas, os Hunters possuem um “laço mais profundo”, que não enxerga barreiras na narrativa tida como oficial.

Anexo A



Anexo B



Referências bibliográficas

As long as it takes – SPN Blank Space Parody. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=3YOf9BIeAiQ>> Acesso em 22 de novembro de 2015

DONIO, Anna. **The Curious Case of Dean e Cas: How Shipping has changed Fan Culture.** Disponível em: <<https://tcnjwgs220.wordpress.com/2014/11/21/the-curious-case-of-dean-and-cas-how-shipping-has-changed-fan-culture/>> Acesso em 22 de novembro de 2015.

FISKE, John. **The Cultural Economy of Fandom.** In: LEWIS, Lisa A. *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media.* Psychology Press, 1992.

GRECO, Clarice. **O fandom como objeto e os objetos do fandom.** Entrevista com Matt Hills. *Matrizes.* São Paulo, v.9 – nº1, jan./jun. 2015. Disponível em: <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/651/pdf>> Acesso em 22 de novembro de 2015.

JENKINS, Henry. **A Cultura da Convergência.** São Paulo: Aleph. 2008.

JENKINS, Henry. FORD, Sam. GREEN, Joshua. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável.** São Paulo: Aleph, 2012.

JENKINS, Henry. **Supernatural: First Impressions.** Disponível em: <<http://henryjenkins.org/2007/01/supernatural.html>> Acesso em 07 de novembro de 2015.

MITTEL, Jason. **To Spread or to Drill?** *Just TV* (Jason Mittel), v. 25, 2009.

OBSESSION_INC. **Affirmational fandom vs. Transformational fandom.** Disponível em: <<http://obsession-inc.dreamwidth.org/82589.html>> Acesso em: 23 de novembro de 2015.

Supernatural Wiki. Disponível em: < http://supernatural.wikia.com/wiki/Supernatural_Wiki> Acesso em 07 de novembro de 2015.

TAVARES, Olga. MASCARENHAS, Alan. **A inteligência coletiva do fandom na rede.** Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/R23-1409-1.pdf>> Acesso em 2 abril de 2015.

WHITELAW, Gavia Baker. **Supernatural can thank its fandom for its audience growth.** Disponível em: <http://www.dailydot.com/fandom/supernatural-ratings-spike-queerbaiting/>> Acesso em 18 de novembro de 2015.

ZUBERNIS, Lynn. LARSEN, Katherine. **Fandom at the Crossroads: Celebration, Shame and Fan/Producer Relationships.** Cambridge Scholars Publishing: UK, 2012.