

RECRIANDO UNIVERSOS: a narrativa das comunidades de fãs nos *fanvideos* de *Star Wars*¹

Beatriz ESTEVES²
Luana INOCÊNCIO³
Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

RESUMO

Esta pesquisa busca analisar características de vídeos produzidos por fãs (*fanvideos*), relacionando esse fenômeno à estruturação das comunidades digitais de compartilhamento de conteúdo dentro dos *fandoms*. Do ponto de vista metodológico, a investigação busca mapear os tipos de *fanvideos* circulados e localizar quais as principais plataformas em que os *fanvideos* são compartilhados na internet. Destacaremos, para análise qualitativa, os *fanvideos* que desenvolvem *ships* a partir da franquia de ficção *Star Wars*, com o *YouTube* selecionado enquanto *locus*. Tem-se como hipótese que essas experiências criativas permitem aos fãs personalizarem suas interações com as obras, enriquecendo esses produtos originais com desdobramentos inusitados.

PALAVRAS-CHAVE: *fanvideos; YouTube; Star Wars; ships; fandom.*

INTRODUÇÃO

Durante o curso da história moderna, a relação dos fãs com seus ídolos e produções midiáticas foi afetada por uma série de fatores externos que favoreceram o estreitamento de laços e a formação de uma comunidade unida e organizada hierarquicamente.

Ao examinar os *fandoms* como comunidades digitais, identifica-se um viés antropológico, tendo em vista que essas pessoas passaram a se organizar em grupos complexos e têm suas próprias (sub)culturas (AMARAL; SOUZA; MONTEIRO, 2005), até mesmo com sua ampla gama de produções. Aos que desenvolvem pesquisas acadêmicas, é possível encarar essa estrutura como um objeto de análise cuidadosa.

¹ Trabalho apresentado no IJ 5 – Comunicação Multimídia do 26º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 1º a 3 de junho de 2023.

² Graduada do curso de Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) da Universidade Federal Fluminense. E-mail: beatrizmestevess@hotmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal Fluminense. Coordenadora do LACCRI - Laboratório de Comunicação, Criação Digital e Inovação (UFF). Doutora em Comunicação pelo PPGCOM/UFF. E-mail: luanainocencio@id.uff.br

Uma categoria de produção de fãs que cresceu exponencialmente foi o *vidding*. Essa modalidade de criação, também chamada de *fanvideo*, consiste em se basear em uma produção midiática para criar vídeos remodelando ou ressignificando o conteúdo original (INOCÊNCIO, 2020). Geralmente são usados recortes de cenas da origem, acrescidas de outras que não estão dentro daquele contexto, para criar algo novo com base no universo ficcional de escolha.

Neste cenário, esta pesquisa busca analisar os diversos formatos e características de vídeos criados por fãs (*fanvideos*, ou *fanvids*) a partir da reedição e recombinação de bens culturais canônicos, isto é, das obras originais.

METODOLOGIA

Enquanto procedimentos metodológicos, será aplicada a análise de conteúdo qualitativa de *fanvideos* que desenvolvem *ships* – relacionamentos amorosos entre personagens – não canônicos, a partir da franquia de ficção científica *Star Wars*. A plataforma *YouTube* foi selecionada enquanto *locus*, por apresentar-se como um mediador da experiência coletiva em rede e centralizador de tais produções.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A produção de fãs também encontra sua relevância como forma de resistência. Conforme observam Amaral, Souza e Monteiro (2015), o caráter do chamado ativismo de fã nem sempre possui apenas peso político, mas pode sim ser utilizado para trazer luz a temas que não foram tão enfatizados no conteúdo original, bem como conduzir à tona questões como representatividade e até mesmo interferir no curso e destino das produções de origem.

Como afirma Jenkins (2008, p.117), é preciso compreender quando o intenso engajamento do público, inclusive, prejudica as empresas, e até que ponto o mercado estaria disposto a tentar moldar essa participação do público: “a participação das comunidades não apenas reafirma a preferência por uma marca, mas também permite a esses grupos fazer suas próprias exigências à empresa”.

Curi (2015) considera os *fanvids* como o objeto de maior complexidade da cultura dos fãs, uma vez que sua confecção reúne os processos de diversos modos de produções de fãs, a exemplo da adição de *fanarts* e *fanfictions*, pois como produção audiovisual é um artefato composto de roteiro e cenário. Essa complexidade possibilita um estudo desses *fanvideos* como uma produção audiovisual.

É possível identificar na maioria dos *fanvids* da categoria *recut* uma estrutura narrativa sistematizada que respeita o paradigma da divisão em 3 atos proposta por Field (1995). Paradigma esse que consiste na sutil separação da história em três diferentes momentos narrativos: o primeiro deles, *exposição*, consiste na apresentação do universo onde se desenvolverá a trama e seus personagens; o segundo é o *conflito*, ou *plot*, mostra o desenvolvimento da história, envolvendo o espectador no enredo com as ações dos personagens mais intensificadas; terceiro e último ato é a *resolução*, no qual os obstáculos são solucionados e a narrativa tem o seu final.

Quando o material é propagado, ele é refeito: seja literalmente, ao ser submetido aos vários procedimentos de remixagem e sampleamento, seja figurativamente, por meio de sua inserção em conversas em andamento e através de diversas plataformas. Esse contínuo processo de transformação do próprio original e de recirculação está corroendo as divisórias percebidas entre produção e consumo (JENKINS; FORD; GREEN, 2015, p.54).

Para Inocêncio (2020), esses ciclos de espalhamento se intensificam quando tais matérias-primas audiovisuais são retomadas e utilizadas em novos conteúdos, de novas maneiras, assim transformadas a cada interação, posto que “é apenas olhando para a atividade criativa que ocorreu em torno desses vídeos que podemos começar a entender o quão importante é a participação [coletiva dos interagentes] para a popularidade” (BURGESS, 2008, p. 3).

Por meio de um *remix* de imagens e sons, esses *fanvideos* também são capazes de recriar cenas para que elas tenham um desfecho adverso, bem como utilizar os mesmos personagens em um contexto completamente diferente da produção midiática na qual eles surgiram. Ao destacar essa estética híbrida de apropriação dos produtos no contexto da cultura digital, Lemos (2005, p.1) destaca que o *remix* é um “conjunto de práticas sociais e comunicacionais de combinações, colagens, *cut-up* de informação a partir das tecnologias digitais”.

ANÁLISE

O vídeo a ser analisado explora o relacionamento da personagem Rey com o Kylo Ren/Ben Solo, personagens que apesar de estarem em lados opostos durante toda a trilogia, sendo ela parte da Resistência e ele parte da Primeira Ordem, acabam sendo atraídos um pelo outro e chegam a compartilhar um breve beijo ao final do filme "Episódio IX - A Ascensão Skywalker", podendo ser considerado um *canon ship*.

Este *fanvid* faz um *remix* de momentos das cenas da batalha final do filme, adicionando memórias de ambos personagens para passar a ideia de que vários foram os momentos que levaram eles a se apaixonar. Depois, oferece um final alternativo para a morte do personagem em que ele

volta para encontrar a Rey na cena final do filme em que originalmente ela estaria sozinha no deserto (figuras 11 e 12).

O *fanvideo* busca realocar cenas do próprio universo de filmes *Star Wars* para contar uma história com final diferente do canônico, o que pode ser considerado um ponto de virada, também conhecido com *plot twist*, ou reviravolta dramática (FIELD, 1995), lançando mão de toda a trilogia em que Rey e Ben aparecem para acompanhar o crescimento do relacionamento desses personagens. Trazendo à tona as cenas em que eles interagiram como memórias que criam um plano de fundo visando aprofundar a união deles, de modo a fundamentar o ato de Ben salvar a vida de Rey na cena da batalha final, mesmo sabendo que isso poderia custar sua própria vida.

Muito da construção do relacionamento desses personagens se dá pelo uso da linguagem não-verbal, quase não apresentando diálogo entre eles, mas com *closes* evidenciando os olhares e toques, para criar uma conexão afetiva entre eles (INOCÊNCIO; PONTES, 2019). O vídeo possui uma trilha sonora marcante, sendo crucial para a construção da atmosfera emocional da história como pontuado por Inocêncio e Pontes (2019).

FIGURAS 11 e 12 - Screenshots de *fanvid* dos personagens Rey e Kylo.



Fonte: < <https://bit.ly/3ciTznL> >. Acesso em: 10 out. 2020.

Nessa relação em que som e imagem se encontram e estabelecem sincronia narrativa por meio de uma cuidadosa edição, os fãs utilizariam a música como “uma lente interpretativa para ajudar o espectador a ver o texto original de maneira diferente” (COPPA, 2008). Turk (2015) observa que essas produções de fãs em formato de vídeo não são apenas perpassadas pela música e nem seriam meras ilustrações visuais para as canções: a música seria, na verdade, uma de suas principais características definidoras, pois desempenha um papel fundamental na facilitação e estruturação dos processos criativos e interpretativos.

CONCLUSÃO

Diante de todas essas considerações, é possível afirmar que existem certos padrões de criação dentro da produção de fãs. Os conteúdos tendem a se agrupar por temática e estão facilmente acessíveis em plataformas que permitem o uso de palavras-chave para busca, como o *YouTube*. Facilitando o acesso e o rápido compartilhamento das criações dentro das comunidades de fãs.

Os *fanvids* tem características marcantes que facilitam a identificação de cada gênero, sendo eles do tipo coletânea ou *recut*. Na categoria *fanvid remixes*, em sua maioria têm predominância da trilha sonora e a intenção de usar cenas que podem ou não fazer parte da produção midiática de origem, para ressignificar momentos marcantes do objeto de afeto dos fãs.

É possível perceber também o grande potencial da criação audiovisual produzida por fãs. Tendo em vista que essa atividade abrange pequenos trabalhos que muitas vezes são responsáveis por inserir os fãs na área criativa e de produção de conteúdo até grandes e conceituadas produções como *fanfilms*.

Considerando o principal objeto de estudo desse artigo como os vídeos focados em *ships*, podemos também recapitular a grande diversidade de categorias que vai de casais oficiais das produções até mesmo a personagens que nem ao menos fazem parte do mesmo universo ficcional, e se desdobram de maneira multifacetada nos diversos gêneros de *fanvids*, como é possível mapear na análise.

Para futuras pesquisas sobre o assunto, observa-se que é relevante estudar como os mais diversos tipos de *ships* se relacionam com as categorias de *fanvids*, dando continuidade às pesquisas como as enquadradas por Inocêncio e Pontes (2019) e Amaral, Souza e Monteiro (2015). Bem como investigar a maneira como a trilha sonora está relacionada à criação de ambiência para o desenvolvimento da narrativa dos fãs.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Adriana; SOUZA, Rosana; MONTEIRO, Camila. **De westeros no #vemprarua à shippagem do beijo gay na TV brasileira. Ativismo de fãs: conceitos, resistências e práticas na cultura digital.** São Paulo: Revista Galáxia, n.29, p. 141-154, jun. 2015.

BURGESS, Jean. **'All your chocolate rain are belong to us?' Viral Video, Youtube and the dynamics of participatory culture.** In: LOVINK, Geert; NIEDERER, Sabine (eds). *Video Vortex Reader: Responses*

to Youtube. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2008.

CURI, Pedro. **À margem da convergência: hábitos de fãs brasileiros de séries de TV estadunidenses**. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade Federal Fluminense, Instituto de Comunicação Social, 2015.

FIELD, Syd. **Manual de Roteiro**. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 1995.

FREIRE FILHO, João. **Fãs, a nova vanguarda da cultura?**. In: Reinvenções da resistência juvenil: os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

GROSSBERG, Lawrence. **Is There a Fan in the House?**. London: Routledge, 1992.

INOCÊNCIO, Luana. **South America Memes: as “Fábricas de Memes” e suas dinâmicas de criação colaborativa de conteúdo em sites de redes sociais**. In: Anais do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2020. Disponível em: < <https://bit.ly/3gESDNw> >. Acesso em: 27 abr. 2021.

INOCÊNCIO, Luana; PONTES, Enoe. **I kissed a girl and I liked it: engajamento afetivo, *ships* lésbicos e materialidades da música como cerne narrativo em *fanvideos remixes***. In: Anais do VI Congresso de Comunicação e Música - CoMúsica. Cachoeira: UFRB, 2019.

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

_____; FORD, Sam; GREEN, John. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2015.

LEMOS, André. **Ciber-cultura-remix**. 2005. Online. Disponível em: < <https://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/remix.pdf> >. Acesso em: 10 out. 2020.

RUSSO, Julie; COPPA, Francesca. Fan/remix video (a remix) - editorial for Fan/Remix Video special issue. In: **Transformative Works and Cultures**, nº 9, 2012. Disponível em: < <https://doi.org/10.3983/twc.2012.0431> >. Acesso em: 10 out. 2020.

TURK, Tisha. Transformation in a New Key: Music in Vids and Vidding. In: **Music, Sound, and the Moving Image**, vol. 9, issue 2, 2015. Disponível em: < <https://goo.gl/vRZfP6> >. Acesso em: 10 out. 2020.