



De *Fanfiction* à Mídia Impressa: O Fenômeno Acerca de Cinquenta Tons de Cinza

Beatriz Spinelli Milani¹

Escola Superior de Propaganda e Marketing

Resumo

Esse texto visou compreender o fenômeno criado ao redor da obra *Cinquenta Tons de Cinza* que teve como origem uma *fanfiction* e, eventualmente, tornou-se um *bestseller* e adaptação para o cinema, estudando-o dentro da cultura de fãs e da cultura de convergência, assim como no cenário digital, além de envolver a sexualidade feminina. Com isso pudemos melhor entender como o ciberespaço, a cultura de fãs e a sexualidade feminina interagiram inseridas na cultura de convergência para potencializar a repercussão de *Cinquenta Tons de Cinza*, respondendo a seguinte questão: como *Cinquenta Tons de Cinza* e o fenômeno que o cerca alcançaram uma repercussão de dimensão tão grande?

Palavras-chave: Cibercultura; cultura de convergência; cultura de fãs; *fanfiction*; sexualidade feminina; *Cinquenta Tons de Cinza*.

Introdução

Quando foram lançados, em 2012, os livros da série *Cinquenta Tons de Cinza* ficaram conhecidos tanto pela velocidade de vendas, que o tornaram um dos maiores *best-sellers* mundiais, quanto pelo conteúdo explicitamente sexual e erótico da história de amor entre uma jovem e seu amante milionário com gosto pelo sadomasoquismo.

Poucos sabiam, no entanto, que a origem da série estava muito ligada à cultura de fãs e à cibercultura, uma vez que, inicialmente, todos os livros da trilogia *Cinquenta Tons de Cinza* eram na realidade uma *fanfiction* derivada da também bem sucedida série *Crepúsculo*, chamada *Masters of the Universe*. Depois da peça inicial alcançar algum sucesso *online*, a autora optou por lançá-la oficialmente, dessa vez como uma peça autoral.

¹ Graduada em Comunicação Social pela ESPM, contato: beatriz.smilani@gmail.com



Tendo em vista que a obra se insere em um contexto social e tecnológico, mais especificamente no ciberespaço e na cultura de fãs, assim como aborda a questão ainda polêmica da sexualidade e do prazer feminino, nos fazemos a seguinte questão: considerando que *Cinquenta Tons de Cinza* é uma obra nascida em meio digital como *fanfiction*, o que fez com que a trilogia e seus subsequentes desdobramentos tivessem tanta repercussão?

Para compreender esse fenômeno, dividimos esse trabalho em três blocos distintos,. Em primeira instancia realizamos uma pesquisa bibliográfica com o objetivo de melhor entender as forças por trás da existência da obra de *Cinquenta Tons*, a partir do estudo sobre o ciberespaço, da cultura de fãs e da sexualidade e do sexo feminino.

Em segundo lugar realizamos um estudo de caso, uma vez que o fenômeno que estudamos está muito ligado a um contexto contemporâneo, assim como as perguntas que guiam esse trabalho sejam do tipo “como?”, e “por que” (YIN, 2010). Nosso objetivo é compreender o fenômeno entorno de *Cinquenta Tons de Cinza* em sua contemporaneidade.

Por fim realizamos cinco entrevistas em profundidade com fãs do sexo feminino. Para caracterizar o fã ou o comportamento do fã, utilizamos um dos fatores que o identifica: a consistência do seu consumo (SANDVOSS, 2005). Dessa forma escolhemos como entrevistadas mulheres que haviam lido a trilogia *Cinquenta Tons de Cinza* completa. Para analisar essas entrevistas recorreremos ao *software Atlas TI*, que nos auxiliou na identificação de *clusters* temáticos, nos ajudando a compreender melhor como se deu a recepção da obra por parte dessas mulheres.

O fã, a *fanfiction* e a mulher no ciber-espaço

Neste módulo do trabalho, visamos compreender a criação de conteúdo por parte dos fãs, a influência do ambiente digital e das novas tecnologias nessa criação e,



por fim, relacionar isso a como as mulheres criam conteúdo de forma a experimentar a própria sexualidade através da literatura.

Para Jenkins (2006), o relacionamento do fã com a obra se dá em um nível emocional, no qual ele identifica na narrativa valores e ideias que se assemelham com aquelas vividas por ele em sua experiência pessoal. Dessa forma a identificação com o texto por parte do fã se dá em profundidade, e ele então consegue articular suas próprias ideias por meio da obra com a qual se identifica de maneira social e não individual.

O fã dessa forma integra os significados de uma obra à sua experiência própria e, assim, encontra em outros fãs uma possibilidade de articular valores semelhantes e compartilhados formando um grupo de indivíduos chamado *fanbase* (JENKINS, 2006). Uma das características que definem mais claramente a *fanbase* e os indivíduos que a formam é a maneira como ela consome determinados produtos midiáticos, como consistência no consumo e a frequência com a qual consomem (SANDVOSS, 2005).

Além de um consumo consistente, uma das características da base de fãs é a criação de conteúdos derivados da peça original. O fã faz parte de um movimento de apropriação chamado *textual poaching*, no qual indivíduos se apropriam de fragmentos textuais de uma obra, rearranjando-os de forma a criar novos significados que tenham a ver com as suas crenças e valores, gerando conteúdo próprio (JENKINS, 2006).

Esse comportamento é rico para a parcela feminina da população de fãs, que convive diariamente com frustrações seculares, e que podem ser desenvolvidas e discutidas com outras fãs por meio da *fanbase*. As mulheres então “se utilizam desses pontos de referência compartilhados para confrontar muitos dos mesmos problemas que preocupavam mulheres do século 19: Religião, papéis de gênero, sexualidade, família e ambições profissionais” (JENKINS, 2006, p.45, tradução nossa).

Para entender o comportamento de fã na internet, nos voltamos para observar o ciberespaço. O movimento da virtualização é importante em nossos estudos uma vez



que ele se dá não só com a informação, mas também com a comunicação. Por não ter um controle centralizado, o ciberespaço se expande desordenadamente conectando diversos pontos de conteúdo, e gerando comunidades que combinam certos valores (LEMOS, 2002). Jenkins (2008) ainda argumenta o fato de a convergência dos meios estar intrinsicamente associada à figura do consumidor e não das plataformas tecnológicas (computadores, *smartphones*, etc.), pois é ele quem, por fim, circula nos meios digitais a informação do ciberespaço.

Lemos (2002) também vê o ambiente virtual como um local onde se dá a “coletivização do saber” (LEMOS, 2002, p.135), devido as trocas que ocorrem na *web*. Sobre esse aspecto de repositório informal de conhecimento, Lévy (1999) compara a internet à uma biblioteca viva, onde tal “saber” é criado de maneira coletiva.

Nessa biblioteca informal, podemos identificar a criação de *fanbases* digitais. Duffet (2013) nos lembra que a internet acaba por moldar e facilitar toda a existência de uma *fanbase*, enfatizando um comportamento que já existia nela.

Fãs são, na realidade, *early adopters* tanto da internet e de toda *world wide web*, participando de ‘calabouços’ *multi-user* e páginas de notícias, depois construindo páginas e santuários *online* cheios de fotos de celebridades, criando alianças na *web*, fóruns, grupos de notícia, blogs, *wikis*, e páginas de fãs clubes, e rapidamente abraçando a nova era de conexão social” . (DUFFET, 2013, p.236, tradução nossa).

Para Duffet (2013), uma das maiores vantagens que a internet propicia é o fácil acesso à informação. Essa informação pode vir tanto dos próprios fãs e comunidades de fãs (suas releituras e recriações), quanto das próprias produtoras “oficiais” e detentoras de direitos autorais sobre determinada obra. Já Jenkins (2008) reitera que a *web* dá aos produtores de conteúdo uma visibilidade antes inimaginável. Ao nos voltarmos para o tema da sexualidade, vemos que Foucault (1988) descreve a repressão da sexualidade através dos séculos. Em um ambiente onde existe uma hierarquia de dominação, a sexualidade pode ser vista como uma forma de expressão e de liberdade e, portanto, uma proibição do próprio ato de se falar sobre sexo seria



uma maneira de exercer domínio. Além do caráter de dominação, foram criadas ao longo do tempo regras para diferir o sexo “aceitável” das “perversões”, ou seja, tudo que não seja o sexo heterossexual dentro do casamento (FOUCAULT, 1988).

Simone de Beauvoir (1967) fala dessa relação hierárquica de dominação que se dá entre os sexos, onde a dominância é sempre masculina ou, em suas palavras, “O coito não poderia realizar-se sem o consentimento do macho e é a satisfação do macho que constitui o fim natural do ato” (BEAUVOIR, 1967, p.112). Segundo Irigaray (1985) essa ideia de oposição entre o masculino ativo ao feminino passivo nos papéis sociais e sexuais sempre foi construída a partir da visão masculina, ou segundo Foucault (1984) “[...] é sempre necessário lembrar que é uma moral de homem, feita pelos e para os homens”.

Tendo em vista a repressão da mulher e sua sexualidade, Cioux (1976) vê na produção escrita uma forma de se auto-afirmar historicamente: "Mulheres devem se colocar textualmente, no sentido de se firmar no mundo e na história por meio de seus próprios movimentos" (CIOUX, 1976, p.2, tradução nossa). Radway (1991) analisa ainda que muitas leitoras consideram o próprio ato de ler como uma fuga das suas frustrações diárias. Essas frustrações incluem trabalho, tarefas domésticas e cuidar dos seus filhos, ou seja, todas as funções que são esperadas de uma mulher socialmente, sem nenhum tipo de ajuda, em seu papel tradicional.

Ler possui então um papel transformador. Radway (1991) identificou em suas pesquisas que, em geral, leitoras consideravam como suas heroínas preferidas aquelas que eram "independentes" e tinham "atitude". O fato de uma mulher ler, e identificar no romance características de sua vida real e valores os quais admira, pode instigá-la a começar a contestar algumas ocorrências cotidianas (RADWAY, 1991).

Essa transformação da leitora acontece mesmo quando a narrativa lida é aparentemente tradicional. A figura do “herói”, parte de uma fantasia feminina coletiva, na verdade funciona de maneira a afirmar a independência da mulher. Enquanto no dia-a-dia é pedido que a mulher se volte sempre para servir os outros, um herói provedor permitiria a essa mulher que se voltasse completamente para si,



uma vez que não teria todas as responsabilidades tipicamente atribuídas as mulheres (RADWAY, 1991).

A busca por esse escape do cotidiano nos dias de hoje, quando infrutífera em um livro de literatura, muitas vezes vaza do mundo físico e migra para o mundo virtual. Quando uma mulher não encontra em uma obra os valores que ela espera para se identificar, com muita facilidade pode buscar histórias alternativas dos romances que lê na internet, ou até mesmo escrever suas próprias fantasias e compartilha-las *online* (BYERLY, 2006).

Vemos então que *Cinquenta Tons de Cinza* é então um produto de três fundamentos principais: a organização de fãs, que estimulou e permitiu a criação uma *fanfiction* que se tornaria a obra final, onde foram incluídos valores pessoais da autora em uma narrativa que se apropriava de partes de *Crepúsculo*, em um movimento conhecido como *poaching*.

Depois temos o ciberespaço, que funciona como uma plataforma de propulsão para a formação da comunidade de fãs, além de servir como um facilitador para a criação de conteúdo. Foi ele que permitiu que mais fãs entrassem em contato com a *fanfiction* original *Masters of the Universe*, se identificassem com os valores nela inclusos e interagissem com a obra.

Por fim, o tema representado na trilogia de livros também pode ser considerado importante, pois se trata de uma quebra na tradição literária, em primeiro lugar pois trata da sexualidade, um assunto que vem sido deixado de fora lado em discussões abertas, e em segundo lugar pois trata diretamente da sexualidade feminina, e é escrito do ponto de vista de uma mulher, outro fato que quebra com modelos tradicionais.

Estudo de caso

Para realizar o estudo de caso, nos focamos em compreender os diversos desdobramentos que *Cinquenta Tons de Cinza* teve nos mais diversos setores do



mercado, desde a própria indústria literária onde foi lançado, até no indústria fonográfica e no cinema.

Durante a primeira semana de Junho de 2012 as vendas da série *Cinquenta Tons de Cinza* foram responsáveis por 46% de todas as vendas de ficção impressa em capa mole, 26% de todas as vendas de ficção, e 13% de qualquer impresso vendido na versão em capa mole do Reino Unido, segundo dados da *Nielsen BookScan*, como foi revelado na matéria *Domination Business: Shades* (2012), da *Publishers Weekly*, periódico especializado no setor editorial e de publicações. Porém, além das vendas físicas, também temos a repercussão da obra como *e-book*, o que acompanha a tendência de crescimento nas vendas de livros digitais.

Parte do sucesso de *Cinquenta Tons de Cinza* em suas vendas como versão digital se deu devido a sua temática polêmica: ler em um *e-reader* funciona como uma espécie de “disfarce”, uma vez que o material de leitura não pode ser identificado em uma capa. Isso fica claro no documentário de nome *Sex Story: Fifty Shades of Grey* (RIGGS, 2012), no qual uma das entrevistadas afirma que arrancou a capa de sua versão impressa de *Cinquenta Tons de Cinza*, para que ninguém soubesse aquilo que estava lendo. Chayka (2014) chama esse comportamento de “Efeito *Cinquenta Tons de Cinza*”, e o associa ao aumento de vendas digitais de livros polêmicos como o manifesto *Mein Kampf*.

A gigante *Barnes and Noble* atribui ao sucesso de *Cinquenta Tons de Cinza* um aumento de 7,6% em suas vendas, que não são apenas dos livros e livros digitais em si, mas também do *e-reader Nook* (SCHAEFER, 2012). Vemos que *Cinquenta Tons de Cinza* se beneficiou de uma plataforma de leitura discreta, assim como seus exemplares digitais vendidos ajudaram a erguer uma indústria que estava tendo perdas financeiras, colocando os *e-books* como produtos de alta importância econômica.

Outra influência da série no mercado editorial foi devido ao seu lançamento como publicação independente. Rosemary Counter (2012) nota que o sucesso da trilogia erótica iniciou um processo de reconstrução da imagem das publicações independentes. Enquanto antes havia um certo estigma nesse tipo de trabalho, que



havia sido rejeitado por editoras, hoje em dia publicar de maneira independente em mídias digitais não só é barato, mas também serve quase que como um teste para acordos comerciais de grande porte.

Mas não foi apenas o mercado editorial que acabou por ser movimentado pela dimensão do sucesso da série literária erótica. Comella (2013), analisa o impacto da série nas vendas de *sex toys* e no mercado de objetos ligados à erótica no geral. Marcas como *Babeland* e *Early to Bed* começaram a dedicar parte de seus sites aos produtos que se relacionavam de alguma forma com o que se via nos livros. No documentário *Sex Story: Fifty Shades of Grey* (2012), Katie Byrne, em 2012 gerente de relações públicas da marca *Ann Summers*, maior rede de *sex shops* do Reino Unido, afirma que as vendas subiram em múltiplas categorias, incluindo chicotes e algemas, em números que vão de 30 a 70% de aumento.

Além de marcas se aproveitarem do fenômeno erótico que foi a trilogia de *Cinquenta Tons de Cinza*, a própria autora pode se apropriar do momento e licenciou uma linha de *sex toys* própria em parceria com a marca *Lovehoney*, além de uma linha de lingerie e roupas masculinas, como é mostrado no documentário *Behind the Fifty Shades* (2012).

Outra curiosa interação de *Cinquenta Tons de Cinza* com um mercado que não o de publicações foi com o da música. Ao inserir um *hobby* (tocar piano) na vida do personagem *Christian*, a autora não imaginava o tipo de repercussão que isso iria gerar, até começar a receber mensagens de fãs perguntando quais eram as músicas que o protagonista tocava durante a narrativa. O interesse nas músicas que ela colocava em seus livros foi tamanho que a música *Spem in Alium* se tornou a peça clássica mais vendida do Reino Unido. A *EMI Records* reconheceu a oportunidade e anunciou que iria lançar um álbum dedicado às peças clássicas contidas e *Cinquenta Tons de Cinza* (NEWSHIRE, 2012).

Além desse entrelaçamento com a indústria da música clássica, os livros influenciaram o pop. Para divulgar o filme adaptado dos *best-sellers* foi usada inicialmente a conta de *Instagram* da artista Beyoncé, que havia regravaado uma



canção para o longa . Depois disso, outras faixas do filme foram lançadas para vendas pelo *iTunes* e, em menos de duas semanas, as canções “*Love Me Like You Do*” de Ellie Goulding e “*Earned It*”, da banda The Weekend atingiram respectivamente 80.000 e 100.000 vendas na plataforma da *Apple* (GIBSON, 2015).

Vemos então mais um desdobramento de *Cinquenta Tons de Cinza*, dessa vez no mercado fonográfico. Enquanto os livros estimularam o interesse pela música clássica, o filme impulsionou as vendas de músicas *pop* de sua trilha sonora, ao mesmo tempo que usou a base de fãs dos próprios cantores para divulgar o filme de *Cinquenta Tons de Cinza*.

No mercado cinematográfico, a influência de *Cinquenta Tons de Cinza* se inicia com o anúncio das vendas dos direitos para filmagem. Os *fantrailers* feitos pelos fãs começaram a surgir em plataformas como o *Youtube*, sendo que o mais famoso desses, publicado em 4 de julho de 2012, conta atualmente (considerando o dia 21 de abril de 2015) com 9.205.877 visualizações. Esse número é mais notável quando consideramos que o segundo trailer oficial do filme, postado no canal próprio da *Universal Pictures UK* possui atualmente 9.262.465 visualizações .

Esse trailer não oficial tinha como principais estrelas os atores Matt Bomer e Alexis Bledel como os protagonistas do filme, ambos os preferidos pela *fanbase* para interpretar os personagens de Christian e Anastasia. Quando E.L James anunciou em sua conta de Twitter os atores escolhidos oficialmente para os personagens (Dakota Johnson e Charlie Hunnam), fãs desapontados chegaram a criar petições *online* pedindo que fosse reconsiderada a escalação dos atores, segundo a matéria da *International Business, Fifty Shades of Grey Casting* (2013).

Mesmo cercado de controvérsias, o lançamento de *Cinquenta Tons de Cinza* nos cinemas foi um sucesso financeiro. De acordo com o site *Box Office Mojo*, que monitora faturamentos nos cinemas dos Estados Unidos e também faturamentos mundiais, o filme acumulou um total de \$165.970.805 dólares em vendas de ingresso nos Estados Unidos, e \$402.816.353 dólares no resto do mundo, totalizando \$568.787.158 de ganhos totais. Para comparação, segundo o mesmo site, a adaptação



cinematográfica de *Crepúsculo* vendeu mundialmente um total de \$392.616.625 dólares .

Todos esses desdobramentos que vemos em *Cinquenta Tons de Cinza*, no mundo dos *e-books* e das publicações independentes, no mercado de erótica, na indústria da música e por fim nos cinemas nos ajuda a ver as interligações entre o fenômeno criado ao redor da trilogia e aquilo que estudamos em nosso capítulo teórico, como o comportamento de fãs, o ciberespaço e a cultura de convergência

Entrevistas em profundidade

Em nossas entrevistas, o primeiro *cluster* que identificamos foram o dos motivos que levaram as leitoras à comprar *Cinquenta Tons de Cinza*. Em primeiro lugar identificamos uma curiosidade pelo assunto, ou seja, a temática erótica da trilogia. Fica claro aqui o quanto o assunto “sexo” ainda é um tema pouco abordado, principalmente sendo esse um sexo que foge dos padrões “aceitáveis”, representando uma quebra na regra social de se falar sobre sexo de maneira conservadora (FOUCAULT, 1984).

Além da curiosidade pelo assunto, houve também um interesse pelo próprio fenômeno que se gerou em torno dos livros. Podemos considerar que havia por parte das leitoras uma busca por identificação e pertencimento ao grupo de fãs de *Cinquenta Tons de Cinza*, sentimento do qual tanto Jenkins (2006) quanto Duffet (2013) falam.

O segundo *cluster* encontrado trata das barreiras encontradas para a leitura e discussão dos livros. A vergonha e o preconceito à cerca da temática da narrativa podem ser atribuídas ao papel tradicional da mulher no sexo como um objeto passivo, assim como o fato de o sexo ter sido reprimido durante tanto tempo tornando a discussão sobre o assunto é um tipo de transgressão. Já o preconceito se deu em grande parte ao fato de que o sexo retratado pelo livro sai das normas e entra no que Foucault (1988) chama de “perversões”.



O terceiro grupo temático que identificamos tratava das várias formas como se deu o processo de leitura da trilogia *Cinquenta Tons de Cinza*. As entrevistadas descreviam a linguagem usada pela autora como “simples”, “não profunda” e chegaram a mencionar que achavam que “a autora não foi treinada para isso”. Apesar dessa percepção aparentemente negativa da narrativa, elas admitiam que essa linguagem era responsável pelo alto grau de envolvimento que tiveram com os livros.

Podemos relacionar esse comportamento das fãs de *Cinquenta Tons de Cinza* com o fato de que o consumo do fã não se dá objetivamente no que diz respeito à forma daquilo que ele consome, mas sim em um nível emocional, de mensagem (JENKINS, 2006).

Além da linguagem simples, outro fator comum ao processo de leitura das entrevistadas foi a velocidade com a qual terminaram a trilogia. Além do já mencionado envolvimento pessoal que fãs tem com as obras (JENKINS, 2006), que pode tornar a leitura mais fluida, também podemos identificar a característica que segundo Sandvoss (2005) mais caracteriza um fã, que é a frequência ou consistência do consumo. No caso das entrevistadas esse consumo não só é frequente, como se dá com grande intensidade.

Depois do processo de leitura, conseguimos encontrar também pontos dos livros considerados marcantes por todas as entrevistadas, os quais eram as cenas de sexo é a característica romântica da narrativa. As cenas de sexo, além de serem um assunto polêmico, como já mostrado, também tem um papel empoderador para as mulheres, como Cioux (1976) demonstra, uma vez que é uma forma da mulher retomar sua própria sexualidade e seu corpo.

Já a narrativa romântica mencionada pelas entrevistadas faz parte da fantasia coletiva que Radway (1991) menciona em seus estudos. Tal narrativa trata de transformar a história, inicialmente tradicional, do “herói provedor” em um escape para que a mulher possa fugir de pressões encaradas diariamente e se voltar para si mesma em um raro momento de introspecção e auto-avaliação.



A sociabilidade foi outro grande tema de discussão ao entrevistarmos as fãs de *Cinquenta Tons de Cinza*. Elas indicavam a leitura para outras pessoas, assim como discutiam sobre o assunto com amigas, familiares, etc. Primeiro temos que lembrar a característica do fã de formar *fanbases* Jenkins (2006), assim como o fato de que mulheres tem uma enorme participação nessa cultura (BACON-SMITH, 1986).

Ambas as coisas se dão devido à uma identificação de valores comuns entre os fãs, que podem discutir temas não abordados comumente no dia-a-dia (JENKINS, 2006), o que inclui as frustrações com as quais o sexo feminino tem que lidar diariamente. A literatura por fim funciona como uma de mulheres onde a produção delas, e entre elas, acaba por tornar o papel das feminino socialmente mais forte (RADWAY, 1991).

Ao abordarmos a questão da origem de *Cinquenta Tons de Cinza* em nossas entrevistas, obtivemos duas reações. A primeira é positiva, o que pode significar que as leitoras assimilaram inconscientemente o conceito de *textual poaching*, mencionado por Jenkins (2006). Para elas fica claro que a autora se baseou na obra original, porém adicionou sua experiência própria, assim como valores novos, tornando *Cinquenta Tons de Cinza*, ou a *fanfic* original *Masters of the Universe*, em algo novo. A reação negativa perante a informação vinha principalmente das entrevistadas que haviam lido *Crepúsculo*, demonstrando uma preocupação típica da *fanbase* com a integridade textual das obras das quais são fãs (JENKINS, 2006).

Por fim, o último *cluster* temático que identificamos como comum entre as experiências das entrevistadas ao lerem *Cinquenta Tons de Cinza* foram algumas consequências que a obra teve em seus comportamentos.

Primeiro as leitoras tiveram um desejo de produzir algum tipo de material ao redor da trilogia. Essa vontade demonstra tanto um comportamento típico de fãs, que criam *fanfiction*, *fanart* e até mesmo de *fanvideos* através do processo de *textual poaching* (SANDVOSS, 2005), quanto um comportamento de auto afirmação da mulher e sua sexualidade através da escrita (CIOUX, 1976).



As entrevistadas também tinham vontade de que existisse mais material em torno da trilogia de *Cinquenta Tons de Cinza*, o que reforça a noção de Sandvoss (2005) de que o relacionamento da *fanbase* vai além da obra cânone, se estendendo para o próprio material criado por fãs sobre ela e até outros desdobramentos midiáticos que ela venha a ter, como mostramos em nosso estudo de caso. Além disso fãs também buscavam por mais material sobre *Cinquenta Tons de Cinza*, principalmente na internet, uma vez que o ciberespaço é um lugar perfeito para isso devido seu comportamento de biblioteca virtual (LÉVY, 1999).

Por fim o interesse das mulheres que entrevistamos pela temática erótica aumentou, assim como a aceitação que tinham pelo tema. Já sabemos que *Cinquenta Tons de Cinza* aborda uma temática que não é discutida abertamente, o sexo fora do convencional. Exatamente esse silêncio em torno do assunto é que torna a trilogia interessante, além de ser quase que uma ação rebelde, ler sobre sexo permite uma espécie de vislumbre de uma futura liberdade (FOUCAULT, 1988).

A aceitação da erótica por parte das leitoras, até mesmo a consideração de se reproduzir na vida pessoal aquilo que foi lido, tem muito a ver com a retomada do próprio corpo e do prazer sexual através da produção escrita. A literatura de mulheres e para mulheres é libertadora a partir do momento em que quebra com a construção do feminino que havia sido feita por homens (CIOUX, 1976).

Considerações finais

Em nossos estudo nós identificamos alguns fatores chave para melhor compreender como que o fenômeno ao redor de *Cinquenta Tons de Cinza* foi amplificado.

Cinquenta Tons de Cinza surge em um contexto de cultura de fãs, onde foi produzido como *fanfiction* por meio de uma resignificação da obra que o originou, traduzindo valores dos fãs. O ciberespaço entra aí como uma ferramenta que catapulta as qualidades intrínsecas à comunidade de fãs, permitindo facilidade na criação e



divulgação de diversos conteúdos, além da própria formação da *fanbase* através de conexões digitais.

Além do ciberespaço possibilitar esse amplo alcance, temos que levar em conta que a própria temática de *Cinquenta Tons de Cinza* se apresenta como um possível fator que aumentou o interesse pela obra. Se a *fanfiction* serve para que os fãs articulem valores que a obra original não aborda, ou assuntos ignorados na grande mídia, temos o sexo como algo que vem tradicionalmente sendo considerado como tabu.

Esses fatores acabam se entrelaçando no que entendemos como cultura de convergência, possibilitando diversos desdobramentos entorno dos livros de *Cinquenta Tons de Cinza*. O ciberespaço funciona como uma plataforma que possibilita um maior alcance do material sobre as obras, seja o lançamento em *e-book* dos livros, seja a divulgação do filme e sua trilha sonora por meio de plataformas *online*. Já a interação dos fãs possibilitou a existência de produtos como os CDs de música clássica e também petições *online* para a escolha de atores para a adaptação cinematográfica dos livros.

Se nosso objetivo nessa pesquisa era melhor compreender os fatores que levaram à tamanha repercussão das obras de *Cinquenta Tons de Cinza*, podemos dizer que, de acordo com nossos estudos, foi a conjunção do comportamento de fãs, impulsionado tanto pelo ciberespaço como pelo assunto abordado nos livros (a sexualidade da mulher), interagindo com a cultura de convergência que possibilitaram a existência desse fenômeno ao redor das obras.

Referências bibliográficas

Livros

BEAUVOIR, Simone de. **O segundo Sexo**: a experiência vivida. 2a edição. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1967.

BYERLY, Carolyn M.; ROSS, Karen. **Women and media**. Malden, Malden: Blackwell Pub., 2006.



DUFFET, Mark. **Understanding fandom: an introduction to the study of media fan culture.** 1a edição. Nova York: Bloomsbury Academic, 2013.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade 1: A vontade de saber.** 19a edição. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade 2: O uso dos Prazeres.** 8a edição. Rio de Janeiro: Graal, 1984.

IRIGARAY, Luce. **This Sex Which Is Not One.** 1a edição. Nova York: Cornell University Press, 1985.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** 2a edição. São Paulo: Aleph, 2008.

JENKINS, Henry. **Fans, Bloggers and Gamers.** 1a edição. Nova York: New York University Press, 2006.

LE MOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** 1a edição. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** 1a edição. São Paulo: Editora 34, 1999

RADWAY, Janice A. **Reading the romance.** Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1991.

SANDVOSS, Cornel. **Fans.** 1a edição. Oxford: Polity, 2005.

YIN, Robert. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos.** 4a edição. Porto Alegre: Bookman, 2010.

Artigos

BACON-SMITH, Camille. **Spock Among the Women.** The New York Times. 1986.
Disponível em: <<http://www.nytimes.com/1986/11/16/books/spock-among-the-women.html?pagewanted=1>>. Acesso em: 20 ago. 2014

CHAYKA, Kyle. **Why Is Hitler's Mein Kampf Topping eBook Charts?.** Time.com. jan. 2014.

CIOUX, Hélène. **The Laugh of The Medusa.** Chicago: The University Chicago Press, 1976.

COMELLA, Lynn. **Fifty Shades of Erotic Stimulus.** Feminist Media Studies, v. 13, n. 3, p. 563-566, jul. 2013.

COUNTER, Rosemary. **The shades of grey effect.** Canadian Business. v. 85, n. 15, p. 14-15, out. 2012.