
Whovians: Uma Análise Sobre os *Fandoms* de Doctor Who¹

Anna Heloisa de VASCONCELOS²
José Riverson Araújo Cysne RIOS³
Universidade Federal do Ceará, CE

RESUMO

A proposta desse artigo é a analisar os *fandoms*, ou comunidades de fãs, da série de TV britânica Doctor Who. Pretende-se falar da cultura colaborativa dos fãs e da importância destes durante os 54 anos da série, considerando o intervalo entre 1989 e 2005, durante o qual a série não foi exibida, e como os fãs colaboraram para manter o sucesso até a sua volta à televisão. Além disso, iremos falar do surgimento dos primeiros *fandoms*, no início dos anos 60, e como o surgimento da internet modificou e pôde expandir esses, além de analisar as principais participações e produções dos fãs. O artigo se utiliza dos estudos de autores como Henry Jenkins para se basear na análise, além da leitura de artigos e reportagens sobre a série em questão.

PALAVRAS-CHAVE: Doctor Who; *Fandom*; Cultura Participativa; Web 2.0.

1. INTRODUÇÃO

Segundo O'Reilly (2005), a Web 2.0 é:

Web 2.0 é a rede como plataforma, abarcando todos os dispositivos conectados. As aplicações Web 2.0 são aquelas que produzem a maioria das vantagens intrínsecas de tal plataforma: distribuem o software como um serviço de atualização contínuo que se torna melhor quanto mais pessoas o utilizam, consomem e transformam os dados de múltiplas fontes - inclusive de usuários individuais - enquanto fornecem seus próprios dados e serviços, de maneira a permitir modificações por outros usuários, criando efeitos de rede através de uma 'arquitetura participativa' e superando a metáfora de página da Web 1.0 para proporcionar ricas experiências aos usuários (O'REILLY, 2005B).⁴

A temática do *fandom* vem sendo muito estudada nas últimas décadas, principalmente com o advento da Web 2.0. Com uma internet mais participativa, fãs

¹ Trabalho apresentado na DT 5 – Comunicação Multimídia do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 5 a 7 de julho de 2018.

² Estudante de graduação do 4º semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo do I.C.A-UFC, email: heloisav.x@gmail.com

³ Orientador do trabalho e professor do Curso de Comunicação Social da UFC, e-mail: riverson@ufc.br

⁴ Tradução de BRESSAN, 2007 para "Web 2.0 is the network as platform, spanning all connected devices; Web 2.0 applications are those that make the most of the intrinsic advantages of that platform: delivering software as a continually-updated service that gets better the more people use it, consuming and remixing data from multiple sources, including individual users, while providing their own data and services in a form that allows remixing by others, creating network effects through an "architecture of participation," and going beyond the page metaphor of Web 1.0 to deliver rich user experiences".

podem se articular de maneira mais efetiva, no que Jenkins chama de “cultura participativa”.

O objetivo desse artigo é analisar os *fandoms* de Doctor Who, a mais longa série de ficção científica que existe. As primeiras comunidades surgiram por volta dos anos 60, mas apenas em 1973 foi oficializada a primeira sociedade de fãs, que pôde organizar convenções, parte importante dos *fandoms* antes do advento da internet.

Pretende-se também analisar o período de 1989 a 2005, chamado pelos fãs da série de “O Hiato”, período em que a série não foi emitida pela TV. Como o *fandom* se manteve e cresceu nesse período? Como os fãs ajudaram a manter o sucesso da série, mesmo sem uma produção oficial de episódios? Quais foram as produções dos fãs?

Outro foco é analisar como a internet modificou a dinâmica e a produção dos *fandoms* e contribuiu para uma divulgação da série e para o surgimento de mais *fandoms* em todo o mundo, incluindo no Brasil.

É interessante observar e fazer a relação também do surgimento da Web 2.0 com o lançamento da série atual (2005). Os fãs da nova série viveram e vivem uma experiência completamente distinta dos primeiros fãs de 1963.

Para responder esse questionamento, foi realizada uma pesquisa de notícias sobre a série, embasamento teórico sobre *fandoms* e foram utilizados conhecimentos da autora sobre Doctor Who.

2. A SÉRIE DOCTOR WHO

Doctor Who é, segundo o Guinness World Records, a mais longa série de ficção científica, tendo seu início em 1963 (BBC NEWS, 2006)⁵. Além disso, é reconhecida como a série de ficção científica mais bem sucedida de todos os tempos, com base nos índices de transmissão, tráfego no iTunes, vendas de livros e DVDs (VARIETY, 2009)⁶. A série é produzida e transmitida pela emissora britânica BBC desde seu surgimento e foi criada para um público familiar, pretendendo ser uma série educativa, podendo, assim, explorar momentos históricos e ideias científicas.

Conta a história do Doctor (cf. Fig. 1), um Senhor do Tempo de Gallifrey, viajando pelo tempo e pelo espaço, geralmente acompanhado de um ou mais

⁵ Disponível em <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/5390372.stm>>, acesso em 12/01/2017.

⁶ Disponível em <<http://variety.com/2009/biz/markets-festivals/doctor-who-honored-by-guinness-1118006512/>>, acesso em 12/01/2017.

*companions*⁷ na TARDIS (Time And Relative Dimensions In Space, Tempo e Dimensões Relativas no Espaço, em português). Em suas viagens, conhecem diversos personagens históricos, encontram inimigos clássicos tais como os Daleks e os Cyberman e, por diversas vezes, salvam o mundo.



Figura 1: Os 13 atores que representaram o personagem do Doctor na narrativa até 2017.

Durante os 54 anos de série, 13 atores já interpretaram o protagonista — 14, se considerado o *War Doctor*, tendo sua aparição apenas no episódio especial de 50 anos da série —, devido às regenerações, fenômeno que acontece quando os Senhores do Tempo estão prestes a morrer e mudam seu corpo e sua personalidade para uma pessoa completamente diferente. Também durante esse período, 36 atores já representaram *companions*⁸.

Apenas em 2017 foi divulgada a primeira atriz mulher para cumprir o emblemático papel do Doctor, que também pode assumir outros gêneros em suas regenerações como qualquer Senhor do Tempo. A decisão dos produtores trouxe reações conflitantes por parte do *fandom*.

A série foi dividida em duas partes por causa de uma interrupção na transmissão, que aconteceu em 1989, devido à queda nas taxas de audiência por críticas dos fãs em relação à violência da série (THE TIMES, 1972)⁹, e com a concorrência de outras séries de ficção científica que começaram a surgir com uma qualidade técnica melhor (BBC

⁷ Companheiros, em português. O *Fandom* costuma se referir a alguns termos em inglês.

⁸ Como são chamados os personagens que acompanham o Doctor em suas viagens no espaço-tempo.

⁹ Disponível em <http://cuttingsarchive.org/index.php/Violence_is_not_really_Dr_Who%27s_cup_of_tea>, acesso em 12/01/2017.

NEWS, 2013)¹⁰. A série clássica teve 26 temporadas, com episódios de em média 25 minutos exibidos em arcos¹¹ praticamente semanais de quatro a seis episódios na BBC ONE.

Na década de 60 foram produzidos dois filmes conhecidos como “Dalek Films”, sendo eles o “Dr. Who and the Daleks”, em 1965 e “Daleks – Invasion Earth: 2150 A.D”, em 1966, ambos baseados em histórias de arcos exibidos na televisão. Os filmes foram uma oportunidade de expandir o universo *whovian* para o espaço cinematográfico, o que trouxe mais visibilidade à série. Depois destes, outro filme foi lançado apenas em 1996, “Doctor Who: The Movie” no período que a emissão da série foi interrompida, como uma tentativa de voltar aos gostos do público geral.

A série atual já está em sua décima temporada e teve início em 26 de março de 2005 com o piloto “Rose”. Nesta, as temporadas têm um padrão de 13 episódios com em média 45 minutos e um episódio de Natal de uma hora. Com uma qualidade técnica superior à anterior, principalmente considerando-se a partir da 5ª temporada, a série, além de recuperar e reunir fãs da série clássica, trouxe novos fãs, unindo gerações.

Além dos filmes e das 36 temporadas, Doctor Who deu origem a vários *spin-offs* (outros produtos com ramificações da série original). Ainda no período da série clássica, eram produzidos livros, romances e quadrinhos relacionados à série, muitos deles produzidos por fãs, sem apoio da emissora, além da série “K-9 and Company”, exibida em 1981. Mas a maior produção de *spin-offs* foi com o sucesso da série atual, que deu origem a outras séries como “Torchwood” (2005), “The Sarah Jane Adventures” (2007) e “Class” (2015)

Ponto alto da série nos últimos anos foi o esperado especial de 50 anos, em 2013. O episódio “The Day of The Doctor” (cf. Fig. 2) foi exibido no dia 23 de novembro pela BBC ONE e em mais de 90 países em 15 idiomas diferentes em 2D e em 3D, em mais 1500 salas de cinema ao redor do mundo (REUTERS, 2013)¹². No Brasil, 24 cidades tiveram a exibição em cinemas pela rede Cinemark (OMELETE, 2013)¹³.

¹⁰ Disponível em <<http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-22628484>>, acesso em 12/01/2017.

¹¹ Conjunto de pequenos episódios formando uma só história.

¹² Disponível em <<http://www.reuters.com/article/2013/11/23/entertainment-us-britain-doctorwhoidUSBRE9AM09920131123>>, acesso em 12/01/2017

¹³ Disponível em <<http://omelete.uol.com.br/doctor-who/series-e-tv/doctor-who-cinemark-adiciona-maissalas-para-exibicao-do-especial-de-50-anos>>, acesso em 12/01/2017.

Tal número só foi possível devido à pressão dos fãs brasileiros frente aos organizadores, que solicitaram a exibição do especial em suas cidades.



Figura 2: Pôster do especial de 50 anos “The Day Of The Doctor”

3. FANDOMS E A CULTURA PARTICIPATIVA

A palavra “*fandom*” vem do inglês “fan kingdom” (reino dos fãs) e diz respeito a uma comunidade de fãs online ou offline de algum produto cultural. Nos *fandoms* geralmente há uma proliferação de informações sobre o objeto da mídia amado pelos fãs, além de criações dos fãs sobre o assunto, sejam fanfics¹⁴, fanarts¹⁵, organização de convenções com cosplay¹⁶, etc.

Jenkins (2006) diz que os *fandoms* surgem como uma forma de se envolver com a mídia, tanto participando dela, como mesmo a criticando, transformando a cultura de massa em cultura popular, reescrevendo-a:

O *fandom*, afinal, surge do equilíbrio entre o fascínio e a frustração: se a mídia não nos fascinasse, não haveria o desejo de envolvimento com ela; mas se ela não nos frustrasse de alguma forma, não haveria o impulso de reescrevê-la e recriá-la. Hoje, ouço muita frustração com o estado de nossa cultura midiática; no entanto, surpreendentemente, poucas pessoas discutem como poderíamos reescrevê-la. (JENKINS, 2006, pág 340)

Os *fandoms* estão ligados diretamente com a paixão dos fãs por algum produto cultural, paixão esta que leva os fãs a dedicarem tempo e dinheiro por este. Matt Hills (2002) diz que os *fandoms* não existiriam sem o apego emocional deles e de suas

¹⁴Textos narrativos criados pelos fãs utilizando personagens ou o tema do *fandom*.

¹⁵Desenhos, pinturas ou esculturas representando personagens do *fandom*.

¹⁶Caracteriza-se como cosplay o ato de vestir-se como um personagem do *fandom*, personificando-o.

paixões. Lewis (1992) fala que todos somos fãs de alguma coisa e é ao nos esforçarmos a entender os impulsos dos fãs que entendemos a nós mesmos.

A existência da cultura dos fãs se dá desde a existência de produtos culturais. No entanto, a internet, mais precisamente a Web 2.0, permitiu uma perpetuação dessa muito além de limites físicos. Com a internet, os fãs podem interagir amplamente com os produtos culturais, comentando episódios de séries de TV em tempo real, produzindo versões alternativas para narrativas. Jenkins (2006) fala que esse novo tipo de fã tem poder de decidir o que, quando e como ele assiste à mídia, não sendo mero consumidor da mídia, mas sendo produtor, editor, distribuidor e crítico.

3.1 INTELIGÊNCIA COLETIVA

O conceito de Pierre Levy de inteligência coletiva torna-se importante. O *fandom*, como comunidade, tem um saber geral, porque, segundo ele, as comunidades trabalham com produção mútua e com trocas recíprocas de conhecimento. Levy (2000) diz que “Ninguém sabe tudo. Todo o conhecimento reside na humanidade.”. A inteligência coletiva, segundo Jenkins (2006) pode ser utilizada como uma alternativa ao poder midiático.

O contexto da cultura da convergência, que possibilita a emergência de vários *fandoms*, está relacionado diretamente à inteligência coletiva, no sentido de que a convergência não ocorre só nos aparelhos tecnológicos, mas nos próprios consumidores. O consumo é coletivo, já que o produto não é apenas o produto, mas toda a conversa ao redor dele, no que pode se incluir o *fandom*.

Baym (1985) fala desse conceito aplicado ao *fandom*, argumentando que nenhum fã pode saber sozinho todas as informações para aproveitar completamente um produto cultural:

Um grande grupo de fãs pode fazer o que mesmo o fã mais dedicado não pode sozinho: acumular, reter e continuamente recircular sem precedentes amontoados de informações relevantes. Participantes colaborativamente fornecem todos os recursos para obter mais história do material, melhorando a leitura e o prazer de muitos membros. (JENKINS, 2006, pág 139)¹⁷

¹⁷ Tradução nossa para “A large group of fans can do what even the most committed single fan cannot: accumulate, retain, and continually recirculate unprecedented amounts of relevant information. Participants collaboratively provide all with the resources to get more story from the material, enhancing many members’ soap readings and pleasures”.

Assim, no *fandom* acontece uma construção colaborativa de conhecimentos, para que se possa ter um maior aproveitamento do produto cultural em questão.

3.2 PRODUÇÃO NO *FANDOM*

A produção de outros bens culturais relacionados ao objeto do *fandom* é parte importante de sua formação. Desde as primeiras comunidades de fãs, sempre foi comum a produção de revistas, jornais, fanzines¹⁸, e mesmo materiais audiovisuais. Em parte, é isso que mantém os *fandoms* unificados, quando fãs de todas as partes do mundo se reúnem, mesmo que virtualmente, para mostrarem suas artes.

Existem, no entanto, discussões sobre os benefícios ou prejuízos que esses produtos alternativos podem trazer aos produtores midiáticos, ou de que forma a produção dos *fandoms* é realmente independente.

Primo (2010) faz uma crítica a Jenkins, por considerar que este traz a cultura colaborativa de forma muito positiva, quando essa, na verdade, pode ser uma cooptação para os interesses dos produtores da mídia tradicional. Segundo ele, “Mesmo que independentes, uma importante parcela da criação e conversação na rede colabora com o fortalecimento do grande capital.” (PRIMO, 2010). Assim, os *fandoms* não seriam apenas novos criadores, mas apenas instrumentos dos criadores antigos.

É interessante questionar até onde a liberdade que a Web 2.0 proporciona aos consumidores é realmente para satisfazer os interesses destes, e não interesses econômicos de uma mídia hegemônica.

4. OS *FANDOMS* DE DOCTOR WHO

Segundo o dicionário britânico Oxford (2011), *Whovian* é um “fã da série de TV britânica de ficção científica Doctor Who”.

Tal colocação em um dicionário tão tradicional reflete a importância da série na cultura britânica. É difícil não relacionar alguns ícones de Doctor Who como a TARDIS, Daleks¹⁹ ou a Sonic Screwdriver²⁰ à Inglaterra. O seriado tem, contemporaneamente, servido até mesmo para espalhar a cultura britânica pelo mundo. Já há 54 anos no ar, a série conta com fãs de várias gerações, idosos e crianças se

¹⁸Uma espécie de revista feita por fãs de forma amadora, utilizando colagens e textos escritos à mão.

¹⁹O principal inimigo do Doctor, desde a série clássica.

²⁰A chave de fenda sônica é um objeto que o Doctor sempre usa, tendo diversas outras utilidades além de abrir portas.

juntam na paixão pela narrativa. “Doctor Who se tornou uma longa tradição no Reino Unido. É uma espécie de resposta moderna ao Robin Hood ou ao Rei Arthur Muitos de nós, incluindo eu, cresceram com Doctor Who”, conta Steven Moffat, roteirista principal da série desde 2008 e responsável por muitos dos episódios premiados da série (O GLOBO, 2013)²¹.

Nesse contexto, nem precisa se dizer que o *fandom* de Doctor Who é bastante extenso. Uma das primeiras comunidades de fãs organizada surgiu na Inglaterra, em 1976, e existe até hoje, sendo a mais antiga delas. A Doctor Who Appreciation Society (DWAS) produzia um jornal para fazer a comunicação dos fãs chamado “The Celestial Toyroom” e foi o único *fandom* a ser oficialmente reconhecido pela produção da BBC. (DICKS & HULKE, 1976, pág 6)

A DWAS organizou a primeira convenção de fãs em 1977, a chamada PanaptiCon, que aconteceu por pelo menos 25 anos. Nestas, os fãs podiam se encontrar, discutir sobre a série, fazer cosplay dos seus personagens preferidos e distribuir fanzines, em uma época que ainda não havia internet para haver uma mobilização maior dos *fandoms*.

4.1 FANZINES

Fanzines eram a principal produção dos *fandoms* (cf. Fig. 3). Neles, os fãs podiam escrever fanfics, desenhar fanarts e discutir informações sobre a série. Segundo Jenkins (1992), as fanzines eram uma forma de perpetuar os *fandoms*, já que estabelecia uma relação entre editores e leitores, que eram dependentes um do outro, já que as fanzines eram produzidas de acordo com os interesses e os desejos dos leitores e os leitores dependiam dos editores para consumi-las.

²¹ Disponível em <<http://oglobo.globo.com/cultura/doctor-who-uma-verdadeira-tradicao-britanica-10923147>>, acesso em 12/01/2017



Figura 3: Capa da “Roving Reporter”(1990), uma fanzine de Doctor Who focada nas aventuras de Sarah Jane Smith, uma das companions do Doctor.

Com o surgimento da internet, a relação entre os fãs se modificou, tornando-se mais próxima. As fanzines, antes passadas de mão em mão fisicamente, agora podiam ser digitalizadas e enviadas online. Também foi possibilitada uma maior produção dos fãs em vários meios, incluindo o audiovisual. Jenkins (2006) cita Hills (1998), que diz:

As práticas do *fandom* se tornaram cada vez mais enredadas com os ritmos e temporalidades do broadcasting. Agora os fãs vão online discutir novos episódios imediatamente depois da transmissão deste ou mesmo durante os comerciais, talvez para mostrar a “oportunidade” e responsabilidade de sua devoção. (JENKINS, 2006, pág 141)²²

Com a internet, o *fandom* passou a ser muito mais participativo, a medida que todos os fãs podem produzir conteúdo, enquanto antes ainda havia uma lógica de emissor e receptor, mesmo na produção alternativa. A internet permitiu o surgimento de milhares de *fandoms* online em diversos países.

4.2 O HIATO

Com a paralisação da série clássica em 1989, os fãs tiveram grande importância na perpetuação do sucesso da série. Durante o período em que a série não foi exibida, chamado pelo *fandom* de “hiato”, foram produzidos diversos livros e peças de rádios,

²² Tradução nossa para “*The practices of fandom have become increasingly enmeshed with the rhythms and temporalities of broadcasting, so that fans now go online to discuss new episodes immediately after the episode’s transmission time or even during ad-breaks perhaps in order to demonstrate the ‘timeliness’ and responsiveness of their devotion*”

feitos por fãs mas publicados profissionalmente, às vezes até mesmo pela BBC. Mesmo nesse período de pausa da série, novos fãs puderam surgir devido a indicação de amigos e familiares. Segundo a análise de Jones (2013), havia “caminhos de aprendizagem” da série, que incluíam livros, o filme de 1996, conteúdo online e, enfim, os áudio-dramas produzidos pelos fãs.

Para os “fãs do hiato”, no entanto, essa aproximação pôde se dar apenas por caminhos circunscritos. Para estes que descobriram o programa durante o hiato, se tornar fã exigiu um esforço muito maior que manter o interesse durante o “tempo morto” entre as temporadas da era antiga, para a qual não havia novas temporadas. Em vez disso, esses fãs atuaram seu interesse em um ou mais caminhos de aprendizagem. (BOOTH, 2013, pág 41)²³

Mesmo com as dificuldades, muitos foram os fãs que conheceram a série durante esse período. Existe uma verdadeira geração de fãs de Doctor Who que surgiu durante o hiato da série.

4.3 PARTICIPAÇÃO DOS FÃS

Os fãs de Doctor Who sempre tentaram uma relação com a produção do programa, a fim de torná-lo mais próximo aos seus desejos. Muitos fãs americanos na década de 80 voluntariaram seu tempo nas estações da PBS por todo país para reivindicar a exibição da série. Principalmente com o surgimento da internet, muitos fãs contactaram os produtores da série com sugestões ou reclamações sobre o enredo. No entanto, muitas vezes, essa participação não era bem aceita pela produção, como fala Jenkins (2006):

Muitos produtores do programa eram simpáticos a essas campanhas e empregaram astutamente estas como próprios poderes de luta com os produtores executivos. Outros, no entanto, responderam a essas iniciativas dos fãs com desprezo, sugerindo que os esforços dos fãs para proteger seus aspectos preferidos dos textos ficcionais infringiram na liberdade criativa dos produtores e restringia sua habilidade para negociar por uma grande audiência. (JENKINS, 2006, pág 30)²⁴

Outra participação muito significativa dos fãs é na recuperação de alguns episódios perdidos da série clássica. Durante os anos 1964 e 1973 fitas de vídeo velhas e

²³ Tradução nossa para “*For ‘hiatus fans’, however, this approach can obtain only in circumscribed ways. For those who discovering the show during the hiatus, becoming a fan required a concerted effort that went far beyond maintaining the interest during the ‘dead time’ between seasons endured by fans of previous eras, for there were no new seasons. Rather, these fans actuated their interest in the show via one or more ‘learning pathways’.*”

²⁴ Tradução nossa para “*Many program producers are sympathetic to such campaigns and have shrewdly employed them as a base of support in their own power struggles with the network executives. Others, however, have responded to such fan initiatives with contempt, suggesting that fan efforts to protect favorite aspects of fictional texts infringe upon the producer’s creative freedom and restrict their ability to negotiate for a larger audience*”

livrarias de filme da BBC se deterioraram por mau armazenamento. Entre esses materiais, se encontrava alguns episódios da série clássica que foram total ou parcialmente perdidos.

A recuperação desses episódios se tornou possível apenas a partir de arquivos em outros países ou por versões gravadas amadoramente por fãs (WIRED, 2008)²⁵. Todos os episódios possuem versões em áudios, gravados pelos fãs, e alguns cliques de vídeo. Entretanto alguns arcos como "Marco Polo", "Mission to the Unknown" e "The Massacre of St Bartholomew's Eve" não possuem nenhuma imagem, sendo disponíveis apenas por versões remasterizadas por fãs utilizando fotografias dos episódios.

O acesso à série clássica se dá atualmente basicamente por meio dos *fandoms* online, que disponibilizam os episódios para download ou streaming, muitas vezes até com legendas.

4.4 FANDOMS BRASILEIROS

A série começou a ser exibida no Brasil apenas em 2012 pela emissora TV Cultura, com a primeira temporada da série atual. Antes disso, já havia sido exibida entre 2006 e 2008 pelo canal People and Arts, sendo, no entanto, em TV fechada. O fortalecimento do *fandom* no Brasil se deu, no entanto, só em 2011. Segundo Auxílio (2012), um dos principais meios de conhecimento da série foi por indicação de amigos, através de outras séries como Sherlock e Torchwood, canais do Youtube com fanvídeos e através dos gifs que circulam no Tumblr.

O primeiro site de *fandom* brasileiro conhecido foi o Universo Who, segundo Auxílio (2012), que trabalha até hoje como uma fonte de informações da série para os fãs, disponibilizando, inclusive, episódios para download. Outro que é um dos mais conhecidos é o Whovians, que originou vários *fandoms* locais como o Whovians-SP, o que possibilitou uma mobilização dos fãs mais fácil.

Os *fandoms* brasileiros tiveram importante papel nos 50 anos da série, garantindo que o episódio pudesse ser exibido em mais lugares do país através de reivindicações com os produtores e com os cinemas locais. Por causa destes, houve a exibição do especial em 24 cidades brasileiras (OMELETE 2013), quando em seu primeiro anúncio, a rede afirmou que só haveriam exibições nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Porto Alegre.

²⁵ Disponível em <<https://www.wired.com/2008/09/who-recon/>>, acesso em 12/01/2017.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Web 2.0 possibilitou a emergência de vários *fandoms* em todo mundo, possibilitando os fãs de participarem mais ativamente dos produtos culturais, tanto opinando como criando a partir deles. Mas os *fandoms* já existiam muito antes dela, e conseguiam se articular para demonstrar sua paixão e mesmo frente aos produtores, tentando fazer com que os produtos da mídia refletissem seus anseios.

Com a série Doctor Who, essa análise pôde ser feita de forma satisfatória, já que os *fandoms* desta lidaram com as dificuldades da não existência da internet e até com um hiato de 16 anos sem episódios e se mantém até hoje. Mostra que, muito mais que simplesmente uma série, Doctor Who se tornou uma tradição, principalmente se considerando o contexto britânico. E mostra o poder dos fãs, que produzindo, podem manter o sucesso de uma série por 54 anos.

Estudar ao fundo uma série, inclusive com embasamentos teóricos abre um leque de oportunidades para abordar outras áreas desta. Dentro das bibliografias estudadas foram levantadas questões que podem ser mais amplamente analisadas em artigos futuros.

REFERÊNCIAS

AUXILIO, Thais de. **A criação de comunidades online de fãs: um estudo da série britânica “Doctor Who”**. XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom. Fortaleza, 3 a 6 de setembro de 2012. Anais do XXXV Congresso da Intercom. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-1855-1.pdf>>, acesso em 4/10/16.

AUXÍLIO, Thais de & MARTINO, Luís Mauro Sá & MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro. **Formas específicas de produção cultural dos fãs brasileiros da série britânica Doctor Who**. Ciberlegenda. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFF. Disponível em:<https://www.academia.edu/4147720/Formas_espec%C3%ADficas_de_produ%C3%A7%C3%A3o_cultural_dos_f%C3%A3s_brasileiros_da_s%C3%A9rie_brit%C3%A2nica_Doctor_Who>, acesso em 12/10/2016.

BOOTH, Paul. **Fan Phenomena: Doctor Who**, 2013

BRESSAN, Renato Teixeira. **Dilemas da rede: Web 2.0, conceitos, tecnologias e modificações**. Revista Anagrama, Ano 1 - Edição 2. Disponível em: <http://www.usp.br/anagrama/web2.0_Bressan.pdf>, acesso em 12/01/2017.

JEFFMAN, Tauana Mariana Weinberg & MAINARDI, Marina Smidt. **Literatura Whovian e Cultura de Fã: Uma análise sobre consumo de livros por fãs da série Doctor Who.** Vozes & Diálogo Itajaí, v. 15, n. 02, jul./dez. 2016. Disponível em: <<http://siaiap32.univali.br/seer/index.php/vd/article/viewFile/8825/5330>>, acesso em 6/10/2016.

JENKINS, Henry. **Fans, bloggers, and gamers: exploring participatory culture.** Nova Iorque e Londres: New York University Press, 2006.

JENKINS, Henry. **Convergence Culture**, 2006.

JENKINS, Henry, **Television Fans and Participatory Culture**, 1992.

MONTEIRO, Camila. **Fandom: cultura participativa em busca de um ídolo.** Revista Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação. Disponível em: <http://www.usp.br/anagrama/Monteiro_Fandom.pdf>, acesso em 6/10/2016.

PRIMO, Alex. **Crítica da cultura da convergência: participação ou cooptação.** In: Elizabeth Bastos Duarte, Maria Lília Dias de Castro. (Org.). **Convergências Midiáticas: produção ficcional - RBS TV.** Convergências Midiáticas: produção ficcional - RBS TV. Porto Alegre: Sulina, 2010, p. 21-32.

SANTOS, Ana Paula Daros & SILVA, Sandra Rúbia. **Fandom na cultura digital: as práticas de participação e produção social dos legenders brasileiros de séries e filmes estrangeiros.** XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Foz do Iguaçu – 2 a 5/9/2014. Anais XXXVII Congresso da Intercom. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-1868-1.pdf>>, acesso em 6/10/2016.

SOUZA, Andressa & MARTINS, Helena. **A Majestade do Fandom: a Cultura e a Identidade dos Fãs.** XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza, CE – 3 a 7/9/2012. Anais XXXV Congresso da Intercom. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-1084-1.pdf>>, acesso em 6/10/2016.

VIERA, Eloy Santos & FRANÇA, Lilian Cristina Monteiro. **50 anos de Dr. Who e as estratégias de comunicação da BBC para o engajamento da audiência.** XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Foz do Iguaçu, PR – 2 a 5/9/2014. Anais XXXVII Congresso da Intercom. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-1851-1.pdf>>, acesso em 4/10/16.