

## **Os Fã-Clubes, As Redes Sociais E Seus Modos De Interagir<sup>1</sup>**

Maria Amélia Paiva Abrão<sup>2</sup>  
Fernanda Elouise Budag<sup>3</sup>  
Rosilene Moraes Alves Marcelino<sup>4</sup>  
ESPM-SP

### **RESUMO**

Este artigo busca compreender o universo dos fã-clubes, como este se constitui e se manifesta nas mídias sociais. A partir dos estudos de recepção e do conceito de comunidades interpretativas realizamos entrevistas em profundidades com fã-clubes de atores Globais objetivando conhecer como ocorrem as relações dos sujeitos com a telenovela, com o ídolo, dos fãs entre si e como as redes sociais transformaram as relações destas comunidades.

### **Palavras-chave**

Comunicação; Estudos de Recepção; Fãs; Telenovela; Comunidades Interpretativas.

### **INTRODUÇÃO**

O presente artigo integra-se ao projeto “A cultura do fã no contexto multimidiático contemporâneo: discursos e relações dos espaços tradicionais aos virtuais”, realizado pelo Obitel Brasil ESPM-2014/2015, coordenado pelas Professoras Dra. Maria Aparecida Baccega e Dra. Marcia Perencin Tondato. No geral, objetivamos compreender, dialogando diretamente com a fonte (o fã), a relação que se constrói entre fã e telenovela para, a partir daí, identificar as práticas aí gestionadas.

Especificamente, procuramos: (a) identificar as práticas de fãs de telenovelas, em especial no contexto das mídias digitais; (b) mapear como se dá a interação com os demais fãs; e (c) levantar hábitos de consumo de telenovelas.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado GP Ficção Seriada, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas da Intercom, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo, pela ESPM. Especialista em Marketing, com MBA Executivo, pela ESPM. Membro do grupo de pesquisa Comunicação, educação e consumo: as interfaces na teleficação (ESPM-SP), e-mail: amelia.abrao@gmail.com.

<sup>3</sup> Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo, pela ESPM, doutoranda em Ciências da Comunicação, pela ECA/USP, membro dos Grupos de Pesquisa "Midiato - Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas" (ECA/USP) e "Comunicação, educação e consumo: as interfaces na teleficação" (ESPM-SP), docente da Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação (FAPCOM), e-mail: fernanda.budag@gmail.com.

<sup>4</sup> Doutoranda em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, mestre em Comunicação e Práticas de Consumo pela ESPM-SP, membro do Grupo de Pesquisa Comunicação, educação e consumo: as interfaces na teleficação (ESPM-SP). Docente da ESPM-SP. E-mail: rosilene.marcelino@outlook.com.

Para adentrarmos no universo dos fãs optamos pela entrevista em profundidade, por esta ser uma pesquisa de cunho qualitativo, que nos possibilita aprofundar em determinadas questões, deixando o entrevistado à vontade para expor suas emoções. Além disso, a pesquisa em profundidade é flexível, a partir de uma dada resposta podemos percorrer outros caminhos que nos levam ao objetivo traçado.

Neste contexto, entrevistamos cinco fãs que coordenam ao todo 8 fã-clubes (Regina Duarte, Natalia do Vale, Arlete Salles, Tarcísio e Glória, José Mayer, Reginaldo Faria, Fernanda Montenegro e Giovana Antonelli). Destes, quatro têm entre 17-19 anos e um tem cerca de 45 anos de idade, residem nas cidades do Rio de Janeiro, São Paulo (capital e interior), Manaus e Tijucas-SC.

### **Os fãs e as comunidades interpretativas nos estudos de recepção**

Como perspectiva teórico-metodológica tomamos os estudos de recepção segundo o qual a comunicação é um processo, em que o sujeito é ator social, é parte integrante do ciclo comunicacional, em que codifica e decodifica as mensagens dos meios segundo suas práticas culturais.

Neste enfoque, podemos afirmar que o “o público da TV não nasce, se faz” (OROZCO GOMEZ, 2005, p. 28) a partir da interação entre meios e sujeito, que é interpelado por suas múltiplasmediações. Sendo assim,

[...] os processos de recepção devem ser vistos como parte integrante das práticas culturais que articulam processos tanto subjetivos como objetivos, tanto micro (ambiente imediato controlado pelo sujeito) como macros (estrutura social que passa a esse controle). A recepção é então um contexto complexo e contraditório, multidimensional em que as pessoas vivem o seu cotidiano (LOPES, 1993, p. 85).

Ao estudarmos os fã-clubes buscamos compreender como um determinado grupo se forma, quais as suas práticas sociais/ culturais, quais as regras que conduzem seu funcionamento e manutenção. O que rege um fã-clubes e/ou um fã de telenovela/ atores? O que os diferenciam dos demais receptores de telenovelas?

Para fazermos a análise dos fã-clubes na pesquisa de recepção recorreremos ao conceito de comunidade interpretativa, proposto inicialmente por Stanley Fish (1980) e utilizado posteriormente por Orozco Gomez (2005), que a considera um resultado de “um jogo de mediações” (OROZCO GOMEZ, 2005, p.36) a partir do qual um determinado grupo opera com determinados códigos e regras. Entretanto, a comunidade interpretativa não é definida por laços de parentesco ou classe social, mas por práticas comuns de consumo e uso da mídia. “Uma comunidade de interpretação compartilhará, com

concepções semelhantes seus heróis e sua história mítica, elementos que constituem as bases para certas condições de transformação da comunidade interpretativa em movimento social” (WHITE, 1998, p. 44).

Os fãs-clubes estudados inserem-se no universo digital, operam-se através das redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter) e de aplicativos como o WhatsApp. Neste ciberespaço as comunidades virtuais também se interconectam de acordo com regras que regem suas relações. Embora seja virtual, esta não é irreal ou imaginária, trata-se de um coletivo que se une em prol de objetivos comuns, de compartilhamento de ideias, sem links territoriais. Nas palavras de Levy:

uma comunidade virtual é construída sobre afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em processo de cooperação ou de troca, tudo isso independentemente das proximidades geográficas e de filiações institucionais. [...] longe de serem frias, as relações online não excluem as emoções fortes (LEVY, 1999, p. 127-128).

Ser fã é ter um engajamento emocional com determinada obra ou artista, é promover o consumo da mídia e compartilhá-lo com sua comunidade interpretativa. É comprometer-se profundamente no universo pelo qual se faz fã. Entretanto, não devemos desenhar a figura do fã como um sujeito fanático, que idolatra de maneira cega o seu artista, como se aquele estivesse privado da realidade.

[...] ser fã é uma maneira de sentir no caminho para fora da xepa da torrente [das imagens na cultura contemporânea] e unir-se a algo mais definido – uma “comunidade”, onde os fãs acompanham a vida de suas celebridades específicas, debatem os méritos de sua última obra, seu caráter e seu valor, expressam apreciação e desdém [referindo-se ao antifã] (GITLIN, 2003, p. 178).

Neste contexto, os fãs possuem um papel importante no desenrolar das narrativas midiáticas, pois acompanham assiduamente seus desfechos, interagem entre si, utilizando-se das redes sociais, e através das “comunidades virtuais exploram novas formas de opinião pública” (LEVY, 1999, p. 129).

A seguir apresentamos os resultados das entrevistas em profundidade realizadas com cinco fãs-clubes de artistas da rede Globo de televisão. A delimitação em torno de fãs-clubes de atores/atrizes se dá por serem *locus* privilegiados de investigação de fãs de telenovela. Pela natureza do produto midiático telenovela e sua “obsolescência programada”, partimos do pressuposto de que os sujeitos receptores são fãs menos da telenovela em si do que dos atores que compõem seus elencos. Os fãs foram selecionados por obedecerem a dois critérios principais: alto grau de envolvimento e investimento no que se propõem a fazer (fãs-clubes) e conveniência (fãs que mostraram-se dispostos em colaborar).

## A televisão se entrecruzando com o mundo digital

A primeira etapa da entrevista consistiu em conhecer os hábitos de consumo midiático dos entrevistados, buscando traçar um paralelo entre os usos que fazem da televisão e da internet.

Em relação ao hábito de assistir à televisão, entre os entrevistados, há os que afirmam não assistirem com muita frequência. Segundo um dos presentes, salvo raros documentários, trechos da telenovela em que sua artista favorita (Regina Duarte) aparece, filmes, alguns realities shows e programas de entrevistas (como o da Marília Gabriela), prefere navegar na internet. Segundo ele, *“quando eu era mais jovem, tinha lá meus 12, 10 anos, assim, eu ficava na frente da televisão o dia inteiro, eu era noveleiro. Sabia tudo que estava acontecendo na televisão. Conhecia todos os atores, todas as atrizes, hoje eu não conheço mais ninguém”*.

Ainda segundo este entrevistado, ele prefere ver a programação da televisão na própria internet, uma vez que atualmente as emissoras disponibilizam a maior parte deste conteúdo online. Este distanciamento da TV foi ocorrendo naturalmente: em suas palavras, *“quando eu era criança a televisão era para mim uma babá eletrônica, eu fui crescendo e chegou o momento em que eu não podia mais ficar o dia inteiro vendo televisão, porque as coisas estão acontecendo e a vida está passando”*. Ou seja, a vida adulta, o trabalho, levou-o para novas atividades, afastando-o da televisão.

Outro entrevistado é também mais um fã que atualmente assiste pouca televisão, apenas quando sua artista favorita (Arlete Salles) está em cena, ou quando está com *“preguiça da net”*. Ele utiliza a internet como ferramenta de busca – para trabalhos escolares –, e de comunicação – para comunicar-se com amigos e com os fãs de seu ídolo. Sua preferência pelo universo online se faz por sua agilidade e praticidade, em suas palavras: *“a informação eu busco. Aquilo que eu quero eu vou e busco, eu venho com a informação, com a explicação. É muito mais prático e rápido”*.

Outros dois entrevistadas gostam muito de telenovela e possuem hábitos semelhantes, seguem as telenovelas da Globo, além de acompanhar as do canal Viva. Um deles considera-se um “supernoveleiro”, assistindo todas as telenovelas da Globo quando está no período de férias escolares, incluindo *Vale a pena ver de novo* e *Malhação*. Entretanto, ao ser questionado se prefere a televisão à internet, assumiu um interesse maior pelo mundo digital, segundo este: *“eu gosto muito de TV, mas a internet traz alguns*

*recursos que a TV não traz, eu consigo assistir tudo o que eu quero a qualquer momento e isso a TV não me traz. Por conta desse fator a internet acaba sendo mais vantajosa”. Do mesmo modo, o outro entrevistado afirmou: “prefiro o online porque posso acompanhar o que eu quero, na hora que eu quero”.*

O mais novo entre os entrevistados, cursando universidade à noite, afirma que com os novos horários escolares houve também uma mudança na rotina de assistir à televisão, tem assistido a poucas telenovelas e assistido mais a TV durante à tarde. Além da rede Globo, gosta do canal Viva. Aprendeu a gostar de telenovelas desde muito nova, *“coisa de família, reunir a família na sala para assistir à novela das 9h, eu fui me interessando”*. Ao ser questionada sobre sua preferência em relação à internet não hesitou: *“eu não sobreviveria sem televisão. Sem internet eu acho que seria difícil, mas sem TV não [sobreviveria]”!*

A internet faz parte do cotidiano de todos os entrevistados, sendo utilizada como ferramenta de comunicação, interação e informação. Cada um utiliza-se de aplicativos e/ou *gadgets* que mais atendem suas expectativas, fomentando este universo de conteúdo. Todos os entrevistados possuem pelo menos uma página de seu artista favorito em uma das seguintes redes sociais: Facebook, Instagram e Twitter. Alguns deles usam mais de uma rede social para divulgar seu artista favorito ou até mesmo um blog. Os entrevistados, também possuem suas páginas pessoais nas redes sociais, ou seja, gerenciam suas vidas e a vida de seus artistas neste universo online.

Nas palavras de um dos presentes, *“a gente passa o dia no Twitter comentando o que a gente assiste na TV, aí a gente faz o monitoramento no blog, na página do Facebook, no Instagram. A gente passa o dia mesmo na internet”*.

Segundo duas das entrevistadas, há várias pessoas no mundo digital que comentam, curtem, divulgam o que ocorrem nas telenovelas e com seus artistas favoritos. Elas utilizam preferencialmente o Twitter para fazer os comentários de forma instantânea, através das *hashtags*. Foi, inclusive, através deste aplicativo que elas se conheceram, além de conhecerem outras pessoas que também possuem fã-clubes. Atualmente, comunicam-se através do aplicativo WhatsApp. Criaram, assim, uma rede de amigos online, que curtem telenovelas, possuem fã-clubes e trocam informações entre si de seus artistas favoritos.

Vemos aqui novas formas de apropriar-se do conteúdo narrativo, através da internet (*websites*) e através do compartilhamento entre fãs. Também podemos verificar com qual

intensidade as telenovelas têm sido vivenciadas por parte dos fãs e como a internet afetou esta relação. Segundo Freire Filho,

graças ao notório empenho afetivo para usufruir de um maior controle sobre o seu objeto de admiração, as comunidades de fãs são apontadas como principais catalisadoras e grandes beneficiárias desta emergente sociedade da interatividade (essencialmente democrática, não-hierárquica, descentrada, favorável ao diálogo e à participação) (FREIRE FILHO, 2007, p. 2-3).

Os fãs, pois, como protagonistas, neste cenário digital.

### **Do receptor mirim ao fantástico universo dos fãs**

A segunda etapa da pesquisa consiste em entender a relação do fã com a telenovela, a partir de qual momento este se torna um receptor desta narrativa e qual é o *turning point* (ponto da virada), ou seja, quando este receptor transforma-se em um fã, seja de telenovela ou de artistas, manifestando suas impressões sobre a trama de maneira muito mais presente, não apenas em rodas de amigos ou em família, mas fazendo-se valer de todos os meios para se comunicar com autores, artistas, emissora e demais fãs. Nas palavras de Jacob de Souza,

os fãs serão definidos como consumidores assíduos de telenovelas e de produtos associados (encartes de jornais, revistas sobre televisão, programas de televisão, programas de rádio, entre outros produtos). Participam com gosto de rodas de conversa sobre telenovelas, de grupos e fóruns de discussão para trocarem informações sobre o produto, sobre a experiência da fruição, entre outros assuntos. Tendem a, de um modo geral, estabelecer vínculos afetivos intensos e duradouros tanto com personagens, atores – atrizes, quanto a avaliar com entusiasmo o processo do desenrolar da narrativa. Fãs acumulam experiências de apreciação e conhecimentos sobre o produto adorado. Muitos deles manifestam a experiência apaixonada de consumo e participam ativamente de redes sociais para compartilhar sensações, sentimentos, sentidos gerados nos modos de “ver e usar” as telenovelas (JACOB DE SOUZA, 2007, p. 3-4).

Ao solicitarmos aos entrevistados que nos contassem um pouco sobre sua relação com a telenovela, quando tiveram o primeiro contato com uma narrativa, ou como foi essa relação, foram unânimes ao afirmar que a primeira aproximação foi na infância, geralmente com a família; alguns se recordam da presença das avós.

Para um dos entrevistados, *Selva de Pedra* (1972) foi uma das primeiras telenovelas que viu em sua infância, embora ainda não entendesse nada do que estava acontecendo. Lembra-se do acidente que aconteceu com a personagem de Regina Duarte claramente, inclusive, achava que era um fato real, por ser apenas uma criança. De *Malu Mulher* (1979), acompanhou algumas cenas, mas foi em *Roque Santeiro* (1985) que se apaixonou e se

transformou em verdadeiro fã de Regina Duarte, em que ela protagonizava a famosa “Porcina”. Atualmente não assiste mais a telenovelas, a não ser as em que a atriz aparece. Para ele, uma boa telenovela tem que ter *“alguma coisa interessante que faça com que eu me envolva com aquela história. Alguma coisa inédita, que esteja propondo algum tipo de mudança, ousadia, para você ver alguma coisa diferente”*.

Ao ser questionado sobre o que é ser fã, respondeu:

fã é uma pessoa que sensibilizou com o trabalho que aquela pessoa está fazendo na frente dele. Seja na televisão, seja no palco. Não é nem muito com a pessoa, é mais com o que ela fez, com o que ela falou, o modo que ela falou e mexeu com aquela pessoa. Às vezes é momento que aquela pessoa [fã] tá (Depoimento de entrevistado).

Esse entrevistado possui contato com a Regina Duarte há algum tempo. Em seus aniversários, reúne-se com outros fãs e sempre a presenteia. Um momento marcante em sua vida foi: *“a primeira vez que foi a Paris e conheci a Torre Eiffel, a Regina, por coincidência, estava lá, isso foi um sonho”*.

Outro entrevistado lembra-se de assistir à telenovelas desde os quatro anos de idade, com a sua família. Por serem de origem marroquina, adoravam a telenovela *O Clone* (2002), em que a atriz Natália do Vale atuava. Ali começou seu interesse pela atriz. Considera-se noveleiro, *“eu assisto a novela porque eu gosto e vou assistir ainda mais porque tem alguém que eu gosto ou um autor que eu gosto”*. Interage com autores, manda mensagens para a emissora, além de compartilhar suas impressões via Twitter diariamente. Ainda, adora entrar no site EGO e nos sites das telenovelas para ficar por dentro do que acontece.

Mas foi aos nove anos que esse entrevistado tornou-se verdadeiramente fã de Natália do Vale – quando esta atuava em *Páginas da Vida* (2007). Foi a partir desta telenovela que se encantou pela atriz, passou a pesquisar mais sobre ela e decidiu montar seu fã-club. Segundo a entrevistada,

para os outros, você ser fã é você ser um assessor de imprensa, um assessor de imprensa de graça, mas para mim, você ser fã é você gostar de alguém, é você admirar alguém tanto profissionalmente, quanto pessoalmente. É você ter uma pessoa como inspiração, é gostar de uma pessoa que você não conhece.[...] É gostar de uma pessoa que você nunca viu pessoalmente, só viu o trabalho dela e dedicar muito do seu tempo para essa pessoa.[...] Eu sou apaixonada por essa pessoa, é um negócio que surge e pronto, surgiu (Depoimento de entrevistado).

Ele ainda não teve a oportunidade de conhecer a atriz pessoalmente, mas já conversaram por telefone: *“comecei a chorar, eu chorava muito. As palavras não saiam. Esse dia só não vai ser melhor do que o dia em que eu finalmente conhecer ela”*.

Esse mesmo entrevistado ainda possui um fã-clubes do ator Reginaldo Faria, de quem passou a ser fã a partir de suas atuações em telenovelas e filmes com Natália do Vale. Embora não conheça o ator, já conversou com membros de sua família, que participam ativamente da página do Facebook e sempre entram em contato, dando informações sobre o ator ou trocando fotos.

Outro entrevistado começou a assistir telenovelas na infância, entretanto, atualmente não as assiste mais, salvo quando sua atriz favorita (Arlete Salles) entra em cena. Foi no programa *Toma lá, da cá* que viu Arlete Salles e se apaixonou. Seu carisma e seu sorriso o cativaram. A partir do primeiro episódio do programa já começou a pesquisar coisas sobre a atriz e logo em seguida montou o fã-clubes. Para ele, ser fã é

dedicar bastante tempo ao ídolo. É um amor, é um amor diferente de todos os outros que a gente sente. É um amor único. É um amor que completa a gente. É proteger, cuidar, é o amar mesmo que a outra pessoa não saiba da sua existência (Depoimento de entrevistado).

Esse entrevistado teve a oportunidade de conhecer Arlete há três anos, em suas palavras:

eu paralisei totalmente, eu fiquei parada, eu não consegui falar. Eu só fiquei de braços abertos olhando para ela. Quem veio até mim foi ela, com aquele mesmo sorriso que eu vi pela primeira vez na televisão, ela deu aquele mesmo sorriso, veio até mim e me deu um abraço (Depoimento de entrevistado).

Atualmente, seu fã-clubes mantém contato por telefone e e-mails com a atriz, encaminhando a ela as mensagens dos fãs.

Outro entrevistado afirma amar telenovelas, assiste todos os dias na TV, ou no site da emissora Globo, assim como no Viva, além de baixar algumas telenovelas. Adora interagir com autores e atores, e seu primeiro fã-clubes foi do casal de atores Tarcísio Meira e Glória Menezes. Antes da criação deste fã-clubes, ela já interagiu com outros fã-clubes, como o da Natália do Vale, tornando-se inclusive amigo do entrevistado anterior. Decidiu abrir o fã-clubes do casal, Tarcísio e Glória, após uma entrevista dele ao Jô Soares, ao perceber que não havia um fã-clubes destinado ao mesmo.

A partir desse contexto, esse entrevistado dá sua definição sobre fã:

Eu acho que não é amor. A gente tira uma parte do tempo, do nosso dia a dia para fazer o nosso trabalho, mas eu acho que é porque a gente gosta. Não chega ser trabalhoso, chega a ser até prazeroso. Eu acho que é um aprendizado, porque a gente vai aprendendo tanta coisa, sobre a teledramaturgia brasileira, sobre os atores que começaram com a história da televisão. A gente faz por prazer, quando a gente gosta do trabalho de um determinado artista, a arte que ele está fazendo (Depoimento de entrevistado).



Ao se tornarem amigos pessoais, dois dos entrevistados começaram a compartilhar informações sobre a Natália do Vale e sobre a telenovela *Páginas da Vida*, descobrindo o interesse mútuo por outro ator que participou dessa trama: José Mayer. Dessa forma, em parceria, montaram o fã-clubes do ator.

Ainda, outro entrevistado, defende adorar televisão, principalmente as telenovelas, que começou a assistir desde pequeno com a família.

Eu gosto de assistir pela história e pelos atores que estão na trama. Se os protagonistas não forem os atores que eu gosto e a história não me interessar, aí eu procuro ficar distante. É difícil eu não gostar de um autor, o que eu menos gosto é do Walcyr Carrasco. Eu gosto do cotidiano do Manuel Carlos e do suspense do Sílvio de Abreu (Depoimento de entrevistado).

Embora se considere um noveleiro, afirmou que nunca escreveu para um autor, mas que estava prestes a escrever dias atrás, pois “*não estava gostando do rumo da novela das nove, mas eu tenho uma preguiça*”.

De acordo com essa entrevistada, ser fã é

admirar a pessoa. Não só admirar o trabalho dela na televisão, mas também fora. Tipo assim, eu costumo ser fã, primeiro saber se a pessoa, como ela é com os fãs. Porque eu acho um absurdo eu ser fã de uma pessoa que não gosta do fã. Antes de eu gostar de uma pessoa, mergulhar de cabeça, admirar ela, eu procuro saber como ela é com os fãs (Depoimento de entrevistado).

Este entrevistado possui dois fã-clubes: uma página no Facebook para Fernanda Montenegro, de quem se tornou fã e passou a pesquisar a partir de *Um Doce de Mãe* (2012); e uma página no Twitter para Giovanna Antonelli, de quem passou a ser fã a partir da telenovela *Salve Jorge* (2012). Não teve a oportunidade de conhecer a atriz Fernanda Montenegro, mas conheceu Giovanna Antonelli: “*eu estava super calma, mas quando eu vi ela não teve jeito, eu desabei em lágrimas*”.

Nesta etapa da pesquisa identificamos o momento de transformação do receptor para fã, vimos que esta é uma transformação que ocorre a partir de uma obra ou admiração pelo artista em um determinado contexto narrativo. Verificamos a importância do fã-clubes como um guardião da memória biográfica do artista (MONTEIRO, 2006).

Ao atuar nesse sentido, o fã-clubes, ao mesmo tempo em que garante a celebração permanente da memória do artista ou objeto midiático cultuado, permite que sua narrativa biográfica seja preservada e constantemente (re)construída, de acordo com determinados códigos e restrições especificadas pela própria comunidade de fãs (MONTEIRO, 2006, p. 3).

São jovens que resgatam a memória não apenas de celebridades ou jovens talentos, mas de artistas experientes e há anos consagrados, como Fernanda Montenegro, Tarcísio Meira, Glória Menezes e Regina Duarte.

## As mídias sociais: lugar de encontro, de interação e de participação dos fãs

A última etapa de nossa pesquisa consiste na compreensão do espaço de interação entre os fãs, que abrange as redes sociais (Twitter, Instagram e Facebook) e *blogs*. Buscamos analisar como os fãs compartilham as informações de seus ídolos e o que buscam quando recorrem às redes sociais.

Um dos entrevistados decidiu criar em 2007 o blog da Regina Duarte, pois até então *“tinha muita coisa espalhada, a ideia era juntar tudo em uma coisa só. Para que todo mundo que quisesse conhecer tivesse uma página. [...] Pedimos permissão a ela e ela autorizou”*. A partir daí começou a pesquisar e a reunir tudo sobre a atriz. Antes de ter o blog, era apenas um grande fã da Regina Duarte, após sua criação passou a conhecer pessoas. *“O meu sonho era ter contato com outras pessoas. Em 85 eu era fã sozinho. O meu sonho era ter contato com outros fãs dela”*. De todos os contatos que já recebeu, alguns conheceu pessoalmente, outros se relacionou apenas por e-mail. Segundo o entrevistado, *“o [sonho] que as pessoas mais querem realizar é esse contato que eu tenho hoje, esse contato com ela [Regina Duarte], mas é uma coisa que eu não posso realizar [para eles]”*.

Posteriormente, abriu a página no Facebook que, segundo o entrevistado, nos dias atuais *“está bem mais forte do que o blog”*, tem atraído mais fãs. Dentre as coisas que posta no Facebook, o que mais atrai curtidas são as entrevistas da Regina Duarte.

Outro entrevistado, que administra três fã-clubes (Natália do Vale, José Mayer e Reginaldo Faria), confirma que o Facebook tem exercido um papel mais atuante do que os *blogs*, pois possibilita uma maior interação entre os fãs. Os fãs de Natália do Vale curtem mais suas fotos sozinhas e fotos de telenovelas antigas, que trazem uma nostalgia ao grupo. Cobram a presença da atriz na mídia e gostariam que ela participasse de mais telenovelas. Já os fãs de José Mayer estão sempre em contato, independente se o ator está atuando ou não; a maioria é mulher e gosta de tudo que é postado. A página no Facebook de Reginaldo Faria tem uma presença forte da família do ator, assim, a maior parte das curtidas vêm da própria família e a entrevistada acaba tendo pouco contato com outros fãs.

Três dos entrevistados declaram utilizar o Facebook e o Instagram para se comunicarem com os demais fãs, postando notícias, fotos de telenovelas e entrevistas. De uma forma geral, tem pessoas que entram nas páginas achando que é o Facebook do próprio ator/atriz, mas o que mais os atrai são fotos das telenovelas antigas. O entrevistado que

mantém o Twitter de Giovanna Antonelli afirmou que este é mais informal, diferente da página que tem no Facebook para Fernanda Montenegro.

As redes sociais tornaram-se um espaço de confraternização, de integração daqueles que celebram a dramaturgia e gostam de determinados artistas. E essa união, por vezes, transforma-se em amizade virtual. Segundo um entrevistado, *“eu gosto de fazer amizade com gente que não tem os mesmos ídolos do que eu. Eu tenho muita amizade com os fãs da Glória Pires, da Adriane Esteves”*. E, assim, um vai contribuindo para a produção de conteúdo do outro, fornecendo o material que encontra através das buscas, via WhatsApp e outros.

Todo o material divulgado encontram online, através de buscas na internet, trocas, *print screen* de cenas. É um trabalho que fazem minuciosamente na rede para divulgar para os demais fãs.

Nesta etapa final da pesquisa vemos o quanto a internet modificou as relações sociais, facilitando contatos, destruindo barreiras geográficas, fazendo com que as comunidades interpretativas se identifiquem através das comunidades virtuais. “É indubitável que a nova tecnologia já não é mais uma acumulação de aparatos, é um novo organizador perceptivo, um reorganizador da experiência social, no sentido forte da experiência, no sentido da sensibilidade” (MARTIN-BARBERO, 2002, p. 46). E é através desta experiência social intensa, dessas formas de se interconectar que devemos analisar e pensar a recepção das telenovelas.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A presente pesquisa buscou analisar a relação entre os fãs e as telenovelas. Buscamos compreender como se inicia a trajetória do receptor até a transformação do fã e como ocorrem as relações entre os fãs deste novo milênio, com a chegada da internet.

Para alcançarmos os objetivos desejados, adotamos como técnica a entrevista em profundidade, que nos possibilitou delinear a trajetória a ser percorrido durante toda a entrevista, possibilitando uma maior flexibilidade para o entrevistado. Inicialmente buscamos conhecer seus os hábitos midiáticos, seguindo para uma abordagem sobre a telenovela e a partir daí adentramos no tema principal que era “fãs”. A partir da vivência de cada fã, buscamos compreender o motivo que os levou a gostar mais de um determinado

ator, a montar um fã-clube e por último tentamos compreender como compartilham as informações com os demais fãs, através das mídias sociais.

No geral, conseguimos perceber que os fãs de telenovelas são, antes, fãs dos *atores/atrizes* de telenovela; fator que mais os caracteriza. Aliás, alguns declaram somente assistir a telenovelas que possuem seus atores/atrizes preferidos no elenco; configurando em hábito recorrente entre fãs.

A respeito da relação do fã com o consumo de telenovela, podemos agrupar os fãs em dois perfis principais: (1) “supernoveleiros tradicionais”, correspondendo aos que assistem assiduamente a telenovelas na televisão; e (2) “noveleiros digitais”, que não assistem tanto à telenovela por falta de tempo e, quando a assistem, o fazem pela internet, por sua praticidade.

E, considerando os fãs indivíduos que admiram profundamente um ídolo e trocam experiências entre si, os categorizamos em dois formatos diferentes: (1) há os que admiram o profissional por seu trabalho; e (2) há os que admiram a pessoa por trás do profissional.

Verificamos a importância que a internet tem hoje na vida de todos os fãs, pois não serve apenas como fonte de informação, mas principalmente de compartilhamento e de interação.

Portanto, podemos então afirmar que a internet *intensifica a interação com a telenovela*, através, sobretudo, da maior proximidade que possibilita com o ídolo e com demais fãs. Relacionamento, aliás, que pode, ou não, estender-se para o ambiente offline. Enxergamos, pois, que onde os fã-clubes de fato se concretizam é no ambiente online, com a criação de páginas nas diversas plataformas.

Agora, sobre o uso que os fãs de telenovela fazem da internet, além do básico que seriam a busca de informações e a criação das páginas, notamos o percurso que se inicia na TV e segue para o ambiente online. Ou seja, a TV – através da atuação dos atores/atrizes nas telenovelas – alimenta as plataformas online, das quais destacamos blog, Twitter, Facebook e Instagram. Redes sociais, pois, que são constantemente atualizadas principalmente com materiais como comentários, fotos e entrevistas.

Assim, nesse universo digital, os contatos seguem em três instâncias: (1) interação com ator/atrizes; (2) interação com emissora; (3) interação com demais fãs. Dessa forma, a internet fomenta o relacionamento entre os fãs, que passam a formar verdadeiras comunidades em torno de interesses em comum – inclusive construindo sinceras amizades, segundo alguns dos próprios entrevistados.

Complementando e finalizando, chama-nos a atenção os jovens que estão por trás dos fãs-clubes dos artistas mais experientes, o interesse que eles têm em conhecer mais sobre esses artistas, pelas obras em que atuaram. São jovens interagindo com os fãs de todas as idades dos seus artistas-ídolos, como o discurso a seguir procura delinear:

As pessoas me perguntam por que estou homenageando o que eles chamam de ‘velhos’. Não tem muito porquê, né? É uma memória que se você não deixa isso para sempre, vai cair no esquecimento. Muita gente não sabe quem é Reginaldo Faria, muita gente não sabe quem é a Natália do Vale, os demais todo mundo sabe. O pegador das novelas o povo lembra. A Natália e o Reginaldo são pessoas que fizeram muito sucesso nos anos 80 e hoje não fazem tanto sucesso assim, então eu acho muito importante que a memória, que o que eles fizeram não ficar para trás, não cair no esquecimento, porque eles já fizeram muito e ainda fazem muito. É muito importante você reativar essa memória. Até porque hoje em dia tem essa competição, ‘o meu ídolo é premiado e o meu seu não [...] eu respondo ‘o seu ídolo é fã do meu ídolo, eles estão aí porque tiveram alguém que os inspiraram e geralmente esse alguém são os meus ídolos [mais velhos]’ (Depoimento de entrevistado).

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FREIRE FILHO, João. *A comunicação passional dos fãs: Expressões de Amor e de Ódio nas Redes Sociais*. Trabalho apresentado no XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Manaus/AM – 4 a 7/set, 2013.

FISH, Stanley. *Is there a text in this class? The authority of interpretive communities*. Cambridge, Massachussets & London: Harvard University Press, 1980.

GITLIN, Todd. O fã. In: GITLIN, Todd. *Mídia sem limites: como a torrente de imagens e sons domina nossas vidas*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

JACOB DE SOUZA, Maria Carmem. *Fãs de ficção seriada de televisão - uma aproximação com os fãs de autores de telenovelas*. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Abril de 2007. Disponível em: [www.compos.com.br/e-compos](http://www.compos.com.br/e-compos).

LEVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo, Ed. 34, 1999.

OROZCO, Guillermo. *O telespectador frente à televisão*. Uma exploração do processo de recepção televisiva. In Revista *Communicare*. São Paulo: FACASPER, 2005.

LOPES, M. I. V.. *Estratégias metodológica da pesquisa de recepção*. INTERCOM – Revista Brasileira de Comunicação, São Paulo XVI Jul/Dez, 1993.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. América latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, Mauro Wilton de. *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: USP Brasiliense, 2002.

MONTEIRO, Tiago José Lemos. *O fã-clubes como lugar de memória: esfera de celebração e disputa simbólica*. Trabalho apresentado ao NP Comunicação e Culturas Urbanas, do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa do XXIX Congresso de Ciências da Comunicação. Brasília/DF - 6 a 9/set, 2006.

WHITE, Robert A. *Tendências dos estudos de recepção*. Comunicação & Educação. São Paulo: n.13, set./dez. 1998.