

A produção científica sobre fãs na Intercom e na Compós no contexto da comunicação digital e da cibercultura¹

Giovana Santana CARLOS²

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS

Resumo

Esta pesquisa buscou fazer um mapeamento da produção científica sobre fãs no Brasil, tendo como partida as pesquisas apresentadas nos congressos da Intercom e da Compós, sendo ambas escolhidas pelo reconhecimento de seus eventos na área da Comunicação. A Teoria Fundamentada deu base metodológica para a coleta e análise dos dados, de forma a possibilitar a construção de categorias para se refletir sobre o tema. Foi possível perceber três eixos temáticos predominantes nos estudos em comunicação digital e cibercultura, além de outros apontamentos envolvendo as pesquisas sobre fãs.

Palavras-chave: Produção científica; Fãs; Cibercultura; Comunicação Digital; Intercom

Introdução

A definição de fã tradicionalmente é associada ao entretenimento, na qual uma pessoa passa a admirar uma celebridade ou obra midiática³, por exemplo, estrelas de cinema, séries de TV e histórias em quadrinhos. Diferencia-se de um público “comum” por ter uma abordagem específica, geralmente, levando a uma experiência mais aprofundada. Um leitor não apenas lê uma obra: ele a reinterpreta, ressignifica-a. Há uma apropriação para a sua vida cotidiana, sua identidade cultural é construída a partir dela como aponta Hills (GRECO, 2015). Para Jenkins (p. 23, 1992) eles “são produtores ativos e manipuladores de sentidos”. Nesse sentido, o fã vai escrever uma fanfiction, pois está determinado a mudar o final de tal filme, ou criará uma história em que personagens secundários da obra oficial se tornem os protagonistas ou ainda criar um panorama em que personagens heterossexuais possuem uma relação homoerótica (slash fanfic).

Geralmente, este fã não se encontra sozinho, dispondo de uma comunidade de semelhantes chamada de fandom. E eles não estão escondidos em suas comunidades. Matérias em mídias tradicionais, como o jornal e a televisão, mostram coberturas de

¹Trabalho apresentado no GP Cibercultura, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

O presente trabalho foi realizado com apoio do CNPq, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - Brasil

²Doutoranda em Comunicação pela Unisinos, Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP), jornalista pela Universidade de Passo Fundo (UPF). E-mail: giovanacarlos@hotmail.com.

³Nos estudos sobre fãs são identificados como “texto midiáticos”.

convenções de fãs para um público não-fã como, por exemplo, a Comic Con, que acontece em San Diego, nos Estados Unidos. Como bem salienta Sandvoss (p. 3, 2005), “tornou-se impossível discutir consumo popular sem referência a fandom e teoria sobre fã, assim como se tornou quase impossível encontrar domínios da vida pública que não são inafetados por fandom”.

Observando essa relevância, os estudos sobre fãs surgem com o intuito de entender esse panorama atual, além de buscar diferentes questões relacionadas. Percebendo esta importância, esta pesquisa partiu da proposta de buscar trabalhos sobre fãs presentes nos sites da Intercom (www.intercom.org.br) e da Compós (www.compos.org.br) para poder realizar um mapeamento da produção científica brasileira sobre fãs, envolvendo desde suas comunidades, práticas e produções. A escolha da Intercom e da Compós deu-se através de suas respectivas representatividades na Comunicação, correspondendo aos maiores eventos da área: a Intercom na reunião de profissionais e estudantes desde a graduação, e a Compós, na pós-graduação, desde o mestrando. Ambas apresentam produções a partir do ano 2000, somando 14 e 15 anos, respectivamente, de pesquisas da Comunicação feitas e apresentadas num âmbito nacional.

Para nortear metodologicamente esta pesquisa, escolhemos a Teoria Fundamentada (TF), criada por Barney G. Glaser e Anselm L. Strauss.

A ideia central da TF é, justamente, aquela em que a teoria deve emergir dos dados, a partir de sua sistemática observação, comparação, classificação e análise de similaridades e dissimilaridades. Ela prevê uma imersão no método tradicional de pesquisa, no qual o pesquisador deve ir a campo livre de suas pré-noções e, portanto, livre de hipóteses e conceitos e, apenas a partir de sua vivência empírica e do processo do método, é que deve elaborar as hipóteses e os preceitos teóricos. (FRAGOSO, RECUERO, AMARAL; 2011, p. 83)

Na TF a teorização é realizada concomitantemente com a observação empírica, diferente do que é mais tradicional na pesquisa em primeiro criar uma problemática e teorizar e depois partir para o empírico. Aqui o empírico é que deve fornecer as bases para teorização e hipóteses. O pesquisador deve ir a campo livre de noções já estabelecidas e observar o que surge dali.

É claro que, conforme a trajetória desse pesquisador, ir totalmente ausente de pré-noções pode ser impossível, principalmente, se ele não for um iniciante. Para as autoras (idem, p. 90), “Se, ao contrário, reconhecer essa experiência e esse lugar de fala como

existentes, essa carga de percepções pode influenciar de forma positiva, como forma de gerar uma percepção particular”. Aliado a isso, a sensibilidade teórica, um dos elementos que constituintes da TF, permite explorar a teorização.

Assim, para encontrar as pesquisas sobre fãs na Intercom e na Compós, buscamos nos títulos e nas palavras-chave os termos “fã”, “fãs”, “fandom”, além de outras que remetesse de alguma forma a esse contexto, como palavras relativas às práticas de fãs, tais como “fanfiction” e “fanzine”. Devido às particularidades dos buscadores, muitas vezes é impossível encontrar um trabalho usando apenas os dois primeiros termos, pois muitas vezes os resultados relacionados apresentam qualquer palavra que contenham as sílabas “fã” e “fas”, portanto foi necessário olhar título por título, e palavras-chave por palavras-chave.

Para um recorte mais preciso, não foram consideradas termos que podem também determinar “fã”, mas que dependendo do enfoque da pesquisa podem ter um conceito diferenciado, com autores e teorias diversas, como nos contextos de pesquisas de subculturas, tribos urbanas e cenas musicais, nas quais encontramos possíveis sinônimos, mas nem sempre equivalentes como, por exemplo, otaku⁴, punk e metaleiros. É preciso considerar que alguns termos como “torcedores” e “fies” foram bastante encontrados, porém seria necessário um olhar muito mais aprofundado nas pesquisas para comprovar se se tratam realmente de estudos de fãs.

A Compós

Fundada em 1991, em Belo Horizonte/MG, a Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação ou Compós reúne anualmente estudantes, professores e pesquisadores associados aos Programas de Pós-Graduação em Comunicação no Brasil nos níveis de Mestrado e Doutorado. Entre seus objetivos principais, conforme seu site informa⁵, estão:

o fortalecimento e qualificação crescentes da Pós-Graduação em Comunicação no país; a integração e intercâmbio entre os Programas existentes, bem como o apoio à implantação de novos Programas; o diálogo com instituições afins nacionais e internacionais; o estímulo à participação da comunidade acadêmica em Comunicação nas políticas do país para a área, defendendo o aperfeiçoamento profissional e o desenvolvimento teórico, cultural, científico e tecnológico no campo da Comunicação.

⁴ Otaku remete à cultura pop japonesa: enquanto alguns entendem como uma versão nipônica para nerd, outros como a autora deste artigo entendem como fã. Mas é preciso ter cuidado para a diferenciação, que pode ocorrer até mesmo por uma questão histórica do termo.

⁵ Disponível em: http://www.compos.org.br/a_compos.php.

Através do link “Biblioteca” presente na página inicial do site da Associação (www.compos.org.br), foi possível realizar a busca dos trabalhos sobre fãs nos Grupos de Trabalhos (GTs) apresentados a partir do IX Encontro, realizado em 2000 até o XXIV Encontro, em 2015. Ao total encontramos 30 GTs, divididos em 17 GTs atuais e 13 em Memória dos GTs. Foi possível encontrar 5 trabalhos sobre fãs, em 5 GTs diferentes. O artigo mais antigo destes é de 2006 e o mais recente de 2014. Predominou o GT de recepção (um em atuais e o outro em memórias dos GTs) e as discussões focam mais em torno do audiovisual: dois sobre telenovelas brasileiras e dois sobre o reality show Big Brother Brasil, além de um em torno de música ⁶.

<i>Trabalhos sobre fãs na Compós</i>				
	Ano	Grupo de Trabalho (GT)	Título	Autor
1	2006	Mídia e recepção (inativo)	Fãs de autores de telenovelas brasileiras	Maria Carmem Jacob de Souza
2	2009	Recepção: processos de interpretação, uso e consumo midiático	O cotidiano ao vivo: os fãs e o dia-a-dia na casa do Big Brother	Bruno Roberto Campanella
3	2012	Cibercultura	“Esses roquero não curte”: performance de gosto e fãs de música no Unidos Contra o Rock do Facebook	Adriana Amaral e Camila Monteiro
4	2012	Comunicação e sociabilidade	Cultura da divergência: Hierarquia e disputa em uma comunidade de fãs	Bruno Roberto Campanella
5	2014	Práticas interacionais e linguagens na comunicação	Transmídiação e cultura participativa: pensando as práticas textuais de agenciamento dos fãs de telenovelas brasileiras	Yvana Fechine

Todas as cinco pesquisas invocam de alguma forma a cibercultura, pois se debruçam em comunidades online, em redes sociais (Facebook e Orkut), listas de emails (grupos do Yahoo) e mesmo a única que mais poderia de distanciar aborda questões como a transmídia,

⁶ Foi possível encontrar outras 3 pesquisas que abordam fãs, mas que foram desconsideradas aqui porque não traziam o termo nas palavras-chave ou título. Entretanto, conforme o conhecimento da autora sobre o tema (ou sensibilidade teórica, como discutimos anteriormente), ao olhar rapidamente os textos, foi possível perceber alguma articulação com o tema, seja como um sub-item ou capítulo. Tratam-se dos seguintes: a) “Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade” (2013), de Marcel Vieira Barreto Silva, no GT Estudos de televisão; b) “Memórias e memes de afetos em cenas midiáticas: cosplay e furry” (2015), de Mônica Rebecca Ferrari Nunes, no GT Memória nas Mídias; e c) “Recepção da trilogia O Hobbit: uma experiência de pesquisa internacional (2015), de Valquiria M. John, Laura Seligman, Sarah M. da Costa; no GT Recepção: processos de interpretação, uso e consumo midiático. Como poderia ocorrer de em algum caso não percebermos a relação de algum termo ou tema como estudo sobre fãs, resolvemos não considerar trabalhos que não deixam explícita sua relação a “fã”.

convergência e cultura participativa, as quais por sua vez englobam a internet e mídias digitais. Porém, de todas essas, apenas uma encontra-se no GT de Cibercultura. Devido a isso, e ao grande volume encontrado na Intercom, resolvemos filtrar mais ainda a pesquisa aqui apresentada, focando apenas nos estudos sobre fãs realizados dentro do equivalente GT de Cibercultura da Intercom, já que um único trabalho não permite comparações e parâmetros para construção de categorias, embora tenhamos mantido os achados na Compós para futuras referências e contribuição para um resgate histórico da produção científica sobre fãs no Brasil.

A Intercom

Fundada em 1977, em São Paulo/SP, a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom, de acordo com seu site⁷, “estimula o desenvolvimento de produção científica não apenas entre mestres e doutores, como também entre alunos e recém-graduados em Comunicação, oferecendo prêmios como forma de reconhecimento aos que se destacam nos eventos promovidos pela entidade”. Anualmente, a Sociedade realiza um Congresso Nacional, com uma média de 3.500 participantes. Antes do encontro anual, passou a realizar desde 2009 uma versão regional do congresso em cada uma das cinco regiões do país.

Para nossa proposta, nos concentramos nos trabalhos dos congressos nacionais disponíveis para acesso desde 2000 até 2014, correspondentes do XXIII ao XXXVII Congresso, acessíveis a partir do link “anais” na página inicial do site da Intercom (www.intercom.org.br). Diferente do site da Compós, a busca aqui é realizada por Congresso/ano, ou seja, não é possível fazer uma busca por GT, das produções realizadas durante os vários Encontros ao longo do tempo.

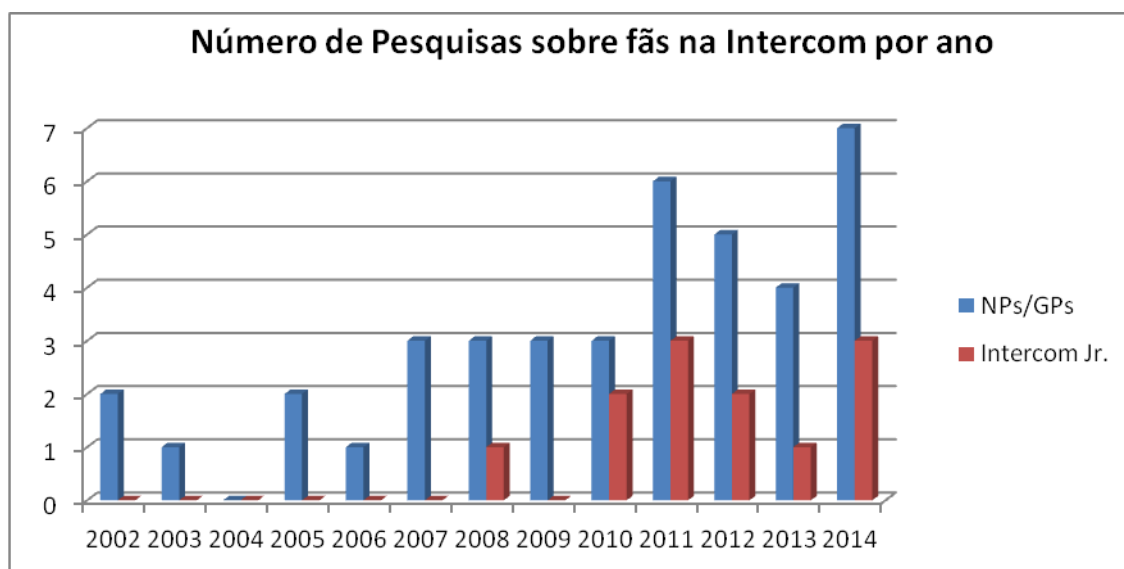
As divisões dos eixos temáticos na Intercom sofreram muitas mudanças no decorrer dos anos. A partir do ano 2000, há 27 Grupos de Trabalhos (GTs), passando no ano seguinte para 18 Núcleos de Pesquisas (NPs). A partir de 2004 há uma oscilação entre 21 a 19 NPs, até que em 2009 são criadas 8 Divisões Temáticas (DTs), que se ramificam em 23 GPs e 5 NPs, nos anos seguintes passam a ser apenas GPs e oscilam entre 28 a 32 Grupos de Pesquisas. No mais recente congresso, em 2014, sob os 8 DTs, haviam 30 GPs.

Até 2004, os trabalhos eram apresentados sem divisão do nível acadêmico dos participantes, isto é, alunos de graduação dividiam o espaço com mestrados e doutores. Em 2005, o Congresso passa a fazer essa separação com o Intercom Júnior, espaço voltado

⁷ Disponível em: http://www.portalintercom.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=263&Itemid=85.

para as pesquisas feitas por alunos da graduação e por graduados em até um ano. No seu primeiro ano, não havia nenhum DT, GT ou NP, somente a partir de 2007 surgiu uma divisão por eixo temático, porém, ainda sem as nomenclaturas usuais de grupos de pesquisa. Em 2009, foram criadas 8 Divisões Temáticas mas, em 2013, passam a se chamar Áreas, mantendo o mesmo número.

Durante 14 anos de congressos da Intercom, tanto entre todos os Grupos de Pesquisas e Intercom Júnior, foram encontrados 51 trabalhos sobre fã e práticas de fãs. Destes, 11 correspondem ao Intercom Júnior.



Os primeiros trabalhos datam de 2002, no NP Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), focando-se nas produções de fãs conhecidas como fanfictions e fanzines, os quais dizem respeito, respectivamente, a textos escritos e revistas produzidas por fãs. Em 2003 e 2005, encontra-se uma pesquisa em cada ano sobre fanzine, ambas no NP História em Quadrinhos. Ainda em 2005, há um trabalho que resgata a perspectiva histórica do termo fã; em 2006, sobre fã-clubes; em 2007, há um sobre a dinâmica interna de uma comunidade de fãs, um sobre criação, interatividade, autorias de fãs e afins nas indústrias de entretenimento e, um sobre consumo *trash* envolvendo o “lixo cultural” e fãs. Estes cinco últimos estão no NP Comunicação e Culturas urbanas. A partir daí há um aumento nas pesquisas sobre fãs, principalmente no contexto da cibercultura. Surge também maior variedade temática, sendo encontrados trabalhos nos GPs: Teoria do Jornalismo; Teorias da Comunicação; Comunicação e Educação; Comunicação Científica; Televisão e Vídeo; Ficção Seriada; Rádio e Mídia Sonora; Comunicação, Música e Entretenimento; e

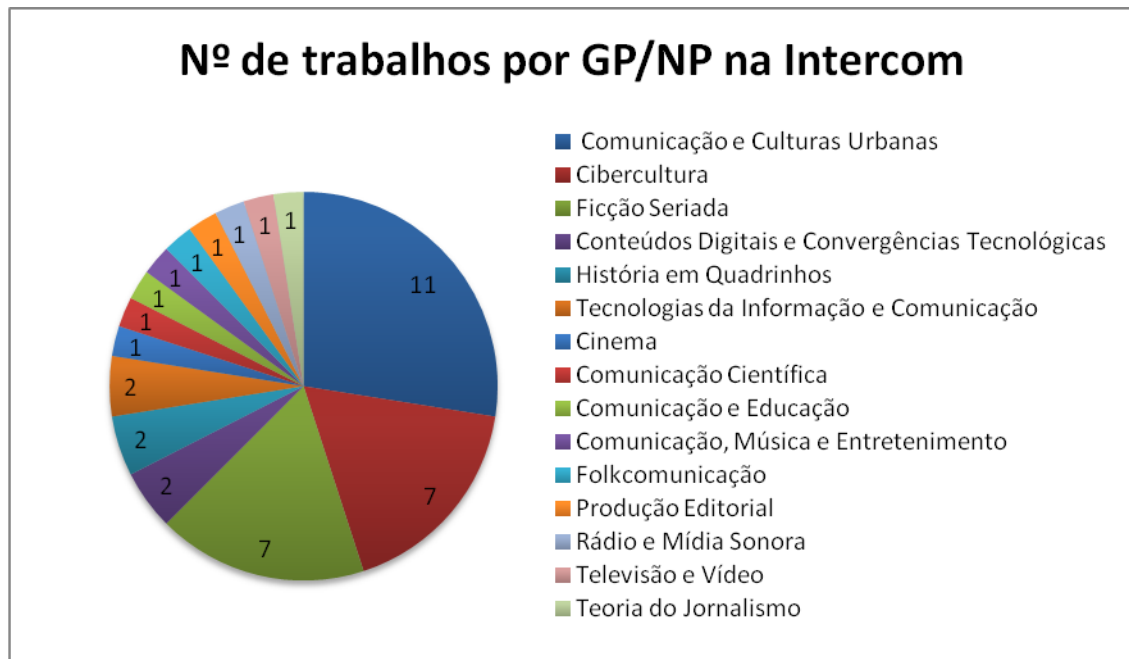
Folkcomunicação. No Intercom Júnior, nos DTs: Teorias da Comunicação e Estudos Interdisciplinares.

Se olharmos com referência às oito Divisões Temáticas atuais da Intercom, teremos a predominância dos DT Interfaces Comunicacionais (18 trabalhos), DT Multimídia (11 trabalhos) e DT 4 Comunicação Audiovisual (10 trabalhos), além da presença de um artigo no DT Estudos Interdisciplinares e um no DT Jornalismo. Apenas em três DTs não encontramos trabalhos sobre fã: Publicidade e Propaganda; Relações Públicas e Comunicação Organizacional; e, Comunicação, Espaço e Cidadania.

Divisão Temática (DT)	Núcleos de Pesquisa (NP) e/ou Grupos de Pesquisa (GP)	Nº de trabalhos
Interfaces Comunicacionais	- Comunicação e Culturas Urbanas - Comunicação e Educação - Comunicação, Música e Entretenimento - Produção Editorial (atual) / História em Quadrinhos (extinto) - Comunicação Científica (extinto) ⁸	18
Multimídia	- Cibercultura - Cibercultura e Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas (atual) / Tecnologias da Informação e Comunicação (extinto)	11
Comunicação Audiovisual	- Cinema - Ficção Seriada - Rádio e Mídia Sonora - Televisão e Vídeo	10
Estudos Interdisciplinares	- Folkcomunicação	1
Jornalismo	- Teoria do Jornalismo	1

No gráfico a seguir é possível verificar o volume de produções sobre fã divididas pelos GPs e NPs. Com a alteração ao longo dos anos, alguns desses foram extintos e outros renomeados e fazendo parte de um Grupo maior. O NP História em Quadrinhos, por exemplo, deixou de existir e as pesquisas sob o tema passaram para o GP Produção Editorial. E se juntarmos suas produções, somam 4. O mesmo podemos verificar nos GPs Tecnologias da Informação e Comunicação (extinto) e Cibercultura e Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas (atual), os quais também somam 4.

⁸ Para este GP, nos pareceu que a melhor correspondência é o atual GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade, por ser o único com “ciência” em seu nome.



Dos 11 trabalhos do Intercom Júnior temos uma produção em Teorias da Comunicação; uma em Interfaces Comunicacionais; uma em Rádio, TV e internet; duas em Estudos Interdisciplinares da Comunicação; e 6 em Comunicação Multimídia.

Como se pode perceber, as pesquisas sobre fãs estão muito ligadas a estudos que envolvam culturas/comunidades (GP Culturas Urbanas) e calcadas no entretenimento (GP Ficção Seriada) e em torno do computador, da internet e das mídias digitais (DT Multimídia), como observaremos mais atentamente a seguir.

A produção científica sobre fãs em Comunicação Digital e em Cibercultura

Como nossa pesquisa tem como contexto a cibercultura e as mídias digitais, procuramos trabalhos presentes no Núcleo de Pesquisa Tecnologias da Informação e da Comunicação, existente até 2008 e na atual Divisão Temática Multimídia. Esta DT apresenta as seguintes informações sobre temas e objetos de pesquisa:

Processos comunicacionais em sua dimensão multimídia. Práticas comunicacionais desenvolvidas em ambientes multimidiáticos e convergentes. Dimensão cultural da comunicação nesses ambientes multimídia. Estudos da comunicação em sua relação com a tecnologia. Tecnologia da palavra, da escrita, da imprensa e dos formatos digitais. Comunicação mediada por computador. Cibercultura. Processos de digitalização em diferentes mídias. Conteúdos digitais em seus múltiplos aspectos e interconexões com a questão comunicacional.

Palavras-chave: Multimídia; Tecnologias; Cultura; Cibercultura; Conteúdos Digitais; Convergência Tecnológica. (INTERCOM, 2015)

Dentro da DT Multimídia há o GP Cibercultura e o GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas. Para o GP Cibercultura, a ementa explica que o Grupo

tem como objeto o desenvolvimento da Comunicação Mediada por Computador (CMC) e seus efeitos sobre a indústria de Comunicação e a sociedade. Uma primeira seção temática concerne à Internet e analisa a singularidade de seu mecanismo de recepção e emissão, as novas formas de mediação que autoriza e suas características tecnológicas. A segunda seção concerne à sociabilidade virtual, que analisa grupos de discussão, salas de bate-papo, homepages e privacidade. A terceira seção é a Hipermídia, que está focada no esforço social de construir a linguagem própria deste novo meio, analisando a convergência, o hipertexto e a imersão. A quarta seção discute abstratamente a relação entre tecnologias de Comunicação e cultura, tomando como base a Comunicação mediada por computador. (INTERCOM, 2015)

Para o GP Conteúdos Digitais e Convergência Tecnológica, são apresentadas palavra-chave e a ementa propõe o seguinte:

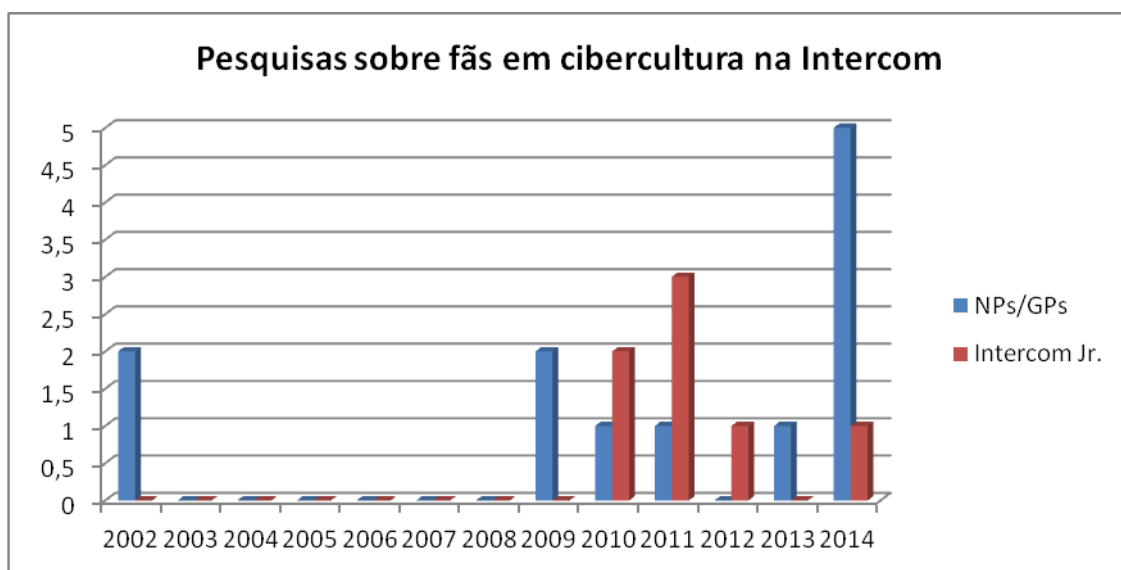
Estudar novas formas de expressão no campo digital, aproveitando a possibilidade de convergência tecnológica entre diferentes plataformas. Os estudos e pesquisas devem estimular a criação de novos formatos audiovisuais e de dados digitais, através da criação de roteiros para uma única ou mais plataformas tecnológicas, captação de experiências em áudio, imagem e dados realizadas de modo linear ou justapostas (não linear) e edição desses materiais, respeitando as características e linguagens de cada plataforma tecnológica. Também deverá contemplar estudos e pesquisas que revelem e/ou analisem a aplicabilidade dos conteúdos digitais desenvolvidos para as novas plataformas tecnológicas de caráter alâmbrico ou inalâmbrico, transmitidos em tempo real ou por demanda, entre diferentes grupos sociais. Dado que os temas relativos às tecnologias digitais estão diretamente relacionadas as plataformas analógicas que os antecedem e servem de referência aos novos estudos, o grupo de pesquisa em Conteúdos Digitais e Convergência Tecnológica incluirá áreas de interesse como os gêneros jornalísticos, educativos e/ou culturais, publicitários, serviços, entretenimento e de interesse público desenvolvidos em diferentes plataformas digitais como TV e rádio digital, cinema digital, celulares, games, I-Pods, Palms e/ou computadores. Inclui ainda os projetos desenvolvidos para convergência entre as diversas plataformas.

Palavras-chave Conteúdos digitais - mídias digitais - convergencia tecnológica - plataformas tecnológicas (INTERCOM, 2015)

Conforme Amaral e Montardo (2011, p. 107) apontam, há “claramente nessa ementa uma sobreposição de elementos e temáticas entre ambos os grupos”. Isto, somado ao próprio nome do DT (entendido como datado), geraram intensas discussões sendo sugerido, em 2009, a substituição por “Comunicação e redes digitais”, o que não ocorreu. Porém, para o Intercom Júnior, sim. Em 2013, com a mudança de Divisão Temática para Área, foi substituída a DT 5 – Comunicação Multimídia por Área 5 – Rádio, TV e Internet. A ementa mais recente não está acessível no site do congresso, não sendo possível compará-las. Porém, é visível uma falta de categorização melhor para os estudos que envolvem a cibercultura.

Como anteriormente demonstrado, os primeiros estudos sobre fãs na Intercom irá surgir dentro da NP TICs, em 2002, através de dois estudos sobre fanzines e fanfiction.

Durante seis anos, entre 2003 e 2008, não há nenhuma produção dentro deste NP e do DT Multimídia. Entretanto, em 2009, o tema é retomado com um estudo sobre fan films e outro, de nossa autoria, que aborda os fãs da cultura pop japonesa. Até então os pesquisadores são no mínimo mestrandos. Em 2010, de três trabalhos, dois são de alunos de graduação. Desde então, todos os anos há pelo menos um estudo que envolve fãs, sendo 2014 o ano de maior volume de produção sobre o tema: seis trabalhos, dos quais apenas um é de graduando. Ao todo são 19 trabalhos encontrados, de graduandos a doutores, apresentados em 14 anos do Congresso. Destes, 7 correspondem a produções do Intercom Júnior.



Quanto ao grau de titulação, a maioria dos autores constava, respectivamente, como mestrandos (7), graduandos (6), doutores (5), mestres (3), doutorandos (1) e graduado (1). Em um trabalho não foi possível identificar com exatidão a informação pois apenas foi informado se tratar de aluno de Pós-Graduação. No caso dos trabalhos feitos no Intercom Júnior, foi desconsiderada a titulação do orientador, já que não são entendidos como autores, como a própria designação explicita.

É interessante observar, principalmente no DT Multimídia, que até 2008 não há um grande volume de produção científica brasileira sobre fãs, porém nos últimos anos mais desses estudos estão sendo realizados. Uma das causas possíveis é a publicação no Brasil do livro “Cultura da Convergência”, em 2008, de Henry Jenkins, considerado o principal teórico sobre fãs ao redor do mundo (BIELBY; HARRINGTON, 2007). A obra, embora não seja focada especificamente em fãs, reflete sobre o contexto atual midiático nos quais se

percebem audiências ativas e consumidores participativos, envolvidos em discussões sobre mídias digitais e convergência das mídias. De qualquer forma, ao descrever o papel dos fãs nesse panorama, a obra contribuiu para que se pudessem perceber os fãs de forma científica no país.

De forma geral, a “cultura participativa” é uma das palavras que mais aparecem nos títulos, resumos e palavras-chave dos 19 trabalhos aqui analisados, juntamente com ideias correlatas como: participação, engajamento/mobilização, interação, processos colaborativos/colaboração/colaboratividade e convergência. Só como palavra-chave, há 5 trabalhos que a apresentam e um como “cultura participatória”, totalizando 6. Em seu trabalho Lucio Luiz (2009, p. 1) explica o porquê da distinção:

A opção pela tradução “participatória” ao invés de “participativa” para o termo original “participatory” foi feita porque, embora similares, o sufixo “ório” possui a conotação de “local onde ocorre algo”, enquanto o substantivo “ivo” possui a conotação de “o que ocorre”, assemelhando-se ao que se dá a entender ao se dizer, por exemplo, que “o processo digestivo ocorre no sistema digestório”. Ainda assim, as duas traduções se assemelham, sendo que a opção por uma tradução em detrimento da outra foi para se aproximar da intenção original do criador do conceito [Jenkins].

Outra palavra-chave ligada ao tema que mais se repete é “convergência”, sendo citada 3 vezes. É bastante perceptível a predominância de estudos que tentam de alguma forma refletir sobre a participação do público/consumidor/receptor em relação a alguma mídia, por isso aparecem de forma recorrente nos resumos palavras como: compartilhar, interatividade/interação, apropriação, prosumer, participação, engajamento, colaboração e ativismo/mobilização. As que mais se repetem é participação, engajamento e interação.

Portanto, acreditamos que um primeiro eixo temático de estudos sobre fãs no contexto da comunicação digital e cibercultura é sobre a relação com as mídias, ou seja, como o fã se engaja, participa e interage com ou através da mídia. Esta relação pode nascer de uma iniciativa comercial, por exemplo, através da interação de fã de uma celebridade em redes sociais a partir do proposto pela estrela e seus assessores; ou então, surgir de forma espontânea do próprio fã, como no caso de criação de um perfil ou página em rede social para expressar seu amor por uma celebridade e mesmo para divulgar seu gosto, compartilhá-lo e trazer mais pessoas para o seu fandom.

Embora, geralmente, o fã se apresente num contexto de entretenimento, tanto pela comunidade acadêmica como pela sociedade em geral, há um caráter político quando percebemos mobilizações e mesmo ativismos por questões que englobam mais do que a ficção e diversão que também deve ser observado neste eixo temático. Duas pesquisas

encontradas que ilustram esta ideia é a de Marcelo Dos Santos e a de Amaral, Souza e Monteiro. Na primeira, “o estudo está centrado na formação de grupos em redes sociais como reivindicação do espaço discursivo de contraposição após 12 anos de virada à esquerda no governo brasileiro e da constituição da blogosfera progressiva” (DOS SANTOS, 2014, p. 1). No resumo, o autor remete à ideia de fã sem, porém, trazer o conceito de antifã que parece se aplicar melhor aqui. Já na segunda pesquisa, as autoras (2014) vão fazer todo um apanhado de formas de mobilizações e ativismos, exemplificando, entre vários, com as manifestações que aconteceram no Brasil em 2013, na qual foi visível a presença de fãs se utilizando de seu fandom para expor suas opiniões num contexto mais geral, através de cartazes com dizeres de um texto midiático específico ou até mesmo vestindo-se como um personagem.

Um segundo eixo temático desses estudos são aqueles centrados nas práticas ou obras de fãs. Essas práticas podem ser várias e não necessariamente resultando em uma obra midiática, como o cosplay, o qual consiste em se vestir como um personagem, que pode ou não ser realizado por um fã. Na Intercom, encontramos contempladas 4 práticas realizadas por fãs em 6 trabalhos: fazine, fan fiction, fan film e fansubbing. A primeira consiste em uma revista de fã, como a origem do nome em inglês sugere (*fan + magazine*). Esta obra pode apresentar textos, imagens, história em quadrinhos e uma gama de possibilidades estéticas e de conteúdos. Fan Fiction, ou fanfic, traduzida como “ficção de fã”, trata-se histórias escritas por fãs. Já os fan films são filmes realizados por fãs. E, por último, fansubbing é a prática de legendar livremente audiovisuais. Todas elas podem ser abordadas de, pelo menos, duas formas: a) a da prática em si, observando os aspectos para sua realização, como condições técnicas necessárias e organização do indivíduo ou grupo e especificidades; e, b) a da obra em si, observando aspectos que dizem respeito àquele produto midiático. Resumindo, ao estudar um fan film, podemos a) nos concentrar em como um grupo se organiza para realizá-lo, como juntam recursos (de aparelhos, de cenário, de acervo) ou b) refletir sobre o filme em si de diversas formas como, por exemplo, analisar seu conteúdo.

E, por último, um terceiro eixo temático de pesquisas sobre fãs tem um aspecto mais cultural e foca-se no próprio fandom, entendido como o agrupamento de fãs. Estes estudos buscam refletir sobre questões como a própria comunidade e identidade. Nestes casos, é muito fácil encontrar equivalentes em estudos sobre subculturas, tribos urbanas, culturas juvenis e similares. E, mesmo pesquisas sobre fãs se utilizam de alguns de seus autores e

teorias. Porém, são estudos diferentes e é preciso ficar atento para não confundi-los. Dos trabalhos que nos focamos, se destacaram: as comunidades virtuais; os fandoms de cultura pop japonesa e celebridades musicais; as questões de gênero, de emoção e de ódio, e da identidade dentro do fandom. Dentre as palavras-chave destacaram-se: identidade, cultura, cultura digital, cultura dos fãs, cultura pop japonesa, cultura pop, cibercultura e comunidade.

Conclusão

A produção científica sobre fãs na Comunicação vem aumentando no decorrer dos anos no Brasil. Este artigo buscou apresentar um início de mapeamento que vem sendo realizado para nossa tese de doutorado sobre o tema. Inicialmente, acreditávamos que não encontraríamos tantos trabalhos, o que nos obrigou a recortar cada vez mais nosso objeto, até nos concentrarmos nas pesquisas sobre comunicação digital e cibercultura. A escolha desse recorte deveu-se à nossa trajetória acadêmica dentro de linhas de pesquisas que envolvem esses temas.

A partir das 5 pesquisas encontradas na Compós e 51 trabalhos na Intercom, foi possível chegar a algumas reflexões acerca da produção científica sobre fãs realizadas no país. Concentrando-se exclusivamente na Intercom e, tendo como norte orientador as pesquisas em comunicação digital e em cibercultura, chegamos à construção de três eixos temáticos predominantes nos estudos sobre fãs. No primeiro, o foco está no engajamento, participação e interação do fã; no segundo, as práticas e obras de fãs são centrais; e, por terceiro e último, os fãs são vistos como comunidade e destacam-se aspectos culturais e identitários do fandom. Esses eixos não necessariamente podem se apresentar separados: podem se cruzar, de forma mais igualitária, ou podem sobrepor-se um sobre o outro.

Como dissemos, esta é uma primeira abordagem para mapear e tentar refletir sobre as pesquisas sobre fãs no Brasil. A escolha metodológica da Teoria Fundamentada foi muito importante neste sentido, pois nos permitiu suscitar questões e problematizar melhor nosso objeto de pesquisa num primeiro movimento exploratório, porém os dados e reflexões não se esgotaram ainda aqui e deverão aparecer em trabalhos futuros.

Referências Bibliográficas

AMARAL, Adriana; MONTARDO, Sandra. *Pesquisa em cibercultura: análise da produção brasileira da Intercom*. 2011. Disponível em: http://www.logos.uerj.br/PDFS/34/08_logos34_montardo_amaral_pesquisa.pdf.

AMARAL, Adriana; SOUZA, Rosana Vieira de; MONTEIRO, Camila. “*De Westeros no #vemprarua à shippagemdo beijo gay na TV brasileira*”. Ativismo de fãs: conceitos, resistências e práticas na cultura digital brasileira. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-2644-1.pdf>

BIELBY, Denise D. HARRINGTON, C. Lee. Global fandom/global studies. In: HARRINGTON, C. Lee; GRAY, Jonathan; SANDVOSS, Cornel (Orgs.). *Fandom: identities and communities in a mediated world*. New York: New York University Press, 2007, p. 179-197.
DOS SANTOS, Marcelo. Os Haters políticos: monitoramento e mapeamento dos hubs de oposição e do discurso do ódio no Facebook. 2014. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-0493-1.pdf>.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Sandra; AMARAL, Adriana. *Métodos de pesquisa para a internet*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GRECO, Clarice. *O fandom como objeto e os objetos do fandom*. [Entrevista com Matt Hills] 2015. Disponível em: <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/651/pdf>.

JENKINS, Henry. *Textual Poachers – television fans and participatory culture*. New York: Routledge, 1992.

LUIZ, Lucio. *Fan films e cultura participatória*. 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0106-1.pdf>.

SANDVOSS, Cornel. *Fans – the mirror of consumption*. Cambridge: Polity Press, 2005.