

---

## Por Dentro da Produção de Fãs: Pesquisando os Processos Comunicacionais em Sites de Fanfic<sup>1</sup>

Jaqueline DAMACENO<sup>2</sup>

Allysson MARTINS<sup>3</sup>

Universidade Federal de Rondônia, Vilhena, RO

### RESUMO

Com a cultura digital, as plataformas digitais de fanfic funcionam com um meio social onde a materialização da imaginação do fã produtor pode ser concretizado, pois antes eles não tinham acesso a um canal para publicar seus trabalhos. Os aparatos tecnológicos digitais permitem que escritores compartilhem suas informações com outros usuários. Por meio de revisão bibliográfica e breve descrição dos sites Spirit Fanfics e Wattpad, este texto é a primeira etapa de uma investigação, realizada posteriormente, sobre os processos comunicacionais nesses suportes digitais. A cultura participativa, então, é intensificada pela digital, resvalando nas lógicas dos sites de fanfic, que não só disponibilizam o espaço para produção, mas estimulam a criatividade e a interação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Fanfic; Produção de fã; Cultura participativa; Comunidade de fãs; Internet.

### INTRODUÇÃO

Desde que as produções culturais despontaram na década de 1980, surgiram aqueles a quem hoje chamamos de fã, um grupo de pessoas aficionados por um produto cultural. A popularização da internet e seus aparatos tecnológicos possibilitou que fãs pudessem ser cada vez mais participativos na indústria cultural. Na televisão, rádio e, especialmente, internet, os fãs estão deixando de ser preceptores passivos para tornarem-se, quando desejam, produtores ativos. Essa interação acontece na internet através das comunidades virtuais, que são um espaço digital para que esses grupos possam se juntar e fomentar a atividade cultural da qual são adictos. Para entendermos como funciona o crescimento e a expansão das mídias, é necessário observar a interação entre inúmeros códigos e processos culturais formados neste segmento.

A relação da mídia e sua influência na sociedade é analisada por Kellner (2001), para quem a mídia acaba influenciando o modo de vida dos atores sociais. Essas sociedades estão em volta de uma cultura da mídia, na qual as produções midiáticas acabam interferindo na vida cotidiana das pessoas, muitas vezes reforçando ou criando

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ05 – Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Rondônia (UNIR). E-mail: [jaqedamaceno@gmail.com](mailto:jaqedamaceno@gmail.com).

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor de Jornalismo e coordenador do COMtatos – Grupo de Pesquisa em Espaços e Temporalidades Comunicacionais da Universidade Federal de Rondônia (UNIR). E-mail: [allyssonviana@unir.br](mailto:allyssonviana@unir.br).

---

ideias sobre alguns assuntos. As comunicações de massa ajudam a construir as representações de identidade desde o século passado, com a cultura da mídia se tornando a principal fonte para produção de valores e conceitos simbólicos.

Os meios de comunicação não são o ponto principal das transformações no processo comunicacional. Lucia Santaella (2003), por exemplo, prioriza os tipos de signo, a informação que circulará nos diversos canais, ou seja, a mensagem transmitida. A multiplicação das mídias aumentou os diversos produtos culturais, possibilitando aos consumidores escolherem o que consumir, especialmente no período da cultura das mídias. Essa era cultural emergiu em meados dos anos de 1980 com novos aparatos midiáticos, TV a cabo, videocassete, walkman, videogame, entre outros, que possibilitaram a circulação de conteúdos especializados que tinham como característica o consumo individualizado, ou ao menos mais personalizado. Através deste segmento, houve uma maior especialização no campo do entretenimento.

Jenkins (2009) destaca que, com as novas práticas de consumo, existe mais participação dos usuários, especificamente nas comunidades de fãs. Este novo cenário permitiu mais participação na criação, recriação e circulação dos conteúdos midiáticos. Esta subcultura reconfigurou principalmente a função dos produtores culturais, que passaram a participar ativamente do que consumiam no rádio, na TV, no cinema ou na internet. Esses são os casos das produções não oficiais feitas por fãs, fanáticos por produtos ou pessoas, que passaram a agrupar-se por interesses em comum, criando ou recriando novas produções.

A partir das comunidades on-line e fóruns, um canal de comunicação, em que o fandom – uma espécie de “reino” dos fãs –, solta a imaginação, a internet facilitou a interação entre os fãs-clubes e também o acesso a novas redes de informação, onde o usuário pode consumir e reproduzir um novo conteúdo. Neste ambiente, as pessoas discutem, conversam, trocam ideias, criam suas histórias, fazem a divulgação do produto de adoração, não há limites para o compartilhamento de informação (CORRÊA et al., 2016). Com esse acontecimento, muitos fandoms passaram a circular as criações amadoras dos seus membros. Nestas produções, os fãs se apropriam de elementos da história original para recriar narrativas, compartilhando com as pessoas que têm interesse comum. Esses produtos transcendem o texto e resultam nos mais variados formatos, tais como: *fanfics* (com predominância textual), *fanarts* (ilustrações e imagens), *fanfilms* (criação e atuação cinematográfica), *fanvideos* (criação) (D’OLIVEIRA; ROMANELLI, 2013).

---

As atividades mais produzidas pelos fandoms são as fanfics, também grafada fanfiction, denominação da língua inglesa que representa a junção das palavras fã e ficção, ou seja, são histórias ficcionais no formato textual produzidas por pessoas que se inspiram em produções já existente para criarem narrativas paralelas. Nestas produções os autores escrevem a narrativa utilizando elementos da história original para criar sua própria versão alterando as características do personagem ou enredo, o intuito é dar um destino alternativo para a história, ou criar situações inusitadas. Os autores das produções são chamados de “ficwriters”. Estes fãs escritores são movidos pela necessidade de participar daquilo que consome, explorando o universo ficcional de uma maneira mais divertida. As histórias se tornam base para criação dessas fanfics como os livros, mangás, animes, HQs, séries de televisão, filmes, grupos musicais ou em qualquer ficção feita por fãs.

Nas fanfics, os fãs trabalham em conjunto para que as produções circulem mais rápido e que todos os usuários possam ter acesso, quando e onde desejarem. Jenkins (2009) diz que a colaboração do fã é feita de modo que os usuários possam concordar e discordar com as situações produzidos nas histórias, ou seja, os fãs podem ter uma participação ativa. As primeiras produções não oficiais surgiram em 1940 com os contos de Alice no País das Maravilhas, mas é a partir dos anos de 1980 com o lançamento da trilogia Guerra nas Estrelas que as fanfics começaram a ser popularizadas pelos fãs da saga filmica (D’OLIVEIRA; ROMANELLI, 2013; JENKINS, 2009; TOLEDO et al., 2013). Naquela época, os fãs produziam suas histórias e publicavam nas revistas artesanais conhecidas como fanzine, a fim de trocar informações. Este produto é considerado um dos primeiros canais de autopublicação da produção de fãs, já na atualidade os usuários das fanfics publicam seus trabalhos nas comunidades ou fóruns on-line, mais conhecidos como fansites, isto é, os sites específicos para este tipo de conteúdo na internet.

Em breve levantamento, encontramos 13 sites ativos voltados à publicação de fanfics. Estas plataformas permitem o compartilhamento das histórias com outras pessoas, oferecendo aos usuários, produtor e receptor, uma biblioteca com milhares de livros e contos gratuitos. Há sites brasileiros dedicados exclusivamente à produção e divulgação das fanfics, como o Spirit Fanfics e Histórias, Fanfics Brasil, Ficwriters & Fanartists – Sociedade OnLine, Fanfiction Fanfic obsession e o Nyah! Fanfiction. Também encontramos sites internacionais que possuem páginas para publicações e leitura em português, como o Inskpired e Wattpad, além de plataformas em inglês, como

---

o Fanfiction.Net e Archive of fourown.org. Estes sites são personalizados e interativos e de fácil acesso para o usuário que deseja produzir e para quem deseja consumir. Os fansites mais acessados dos usuários brasileiros são o Spirit e Wattpad.

O Spirit Fanfics Histórias é uma plataforma brasileira, possuindo um espaço aberto para os participantes que desejam escrever suas histórias. O site permite que o usuário possa interagir constantemente com o escritor, o conteúdo e com os outros leitores, eles podem fazer comentários deixar opiniões e acompanhar o que vai ser desenvolvido nas histórias. Há uma constante participação do leitor, sendo possível perceber isso pelo número de interação nos capítulos publicados; em algumas histórias, encontramos mais de dez mil comentários. O Spirit ainda possui um fórum para debates e interações dos autores sobre a arte de escrever, além de um espaço para as últimas notícias do site e os tópicos para que o público possa tirar suas dúvidas.

Outro site de grande acesso é o Wattpad, que foi lançado em 2006 e permite a publicação de artigos, contos, poemas e livros de autores desconhecidos. Os escritores podem incluir seus textos livremente e acompanhar as histórias publicadas, verificando a quantidade de leitores e os comentários, além de interagir ativamente com os leitores. Já os leitores conseguem criar uma biblioteca virtual, acessar diversas histórias com temas diferenciados. Além disso, a plataforma possui vários recursos didáticos e atividades com o objetivo de incentivar a escrita, como o concurso de leitura.

Esta plataforma também possui sua própria produtora de publicação das fanfics para livros, além da parceria com grandes estúdios cinematográficos, como NBC, Entertainment One e Paramount, empresa responsável pela produção da trilogia de Cinquenta Tons de Cinza e de After Movie. O Wattpad é um dos sites de fanfic mais conhecido entre os fãs, pela quantidade de histórias publicadas ou pela interatividade que os usuários podem ter, fazendo debates, reuniões, premiações e cursos on-line de aperfeiçoamento na escrita.

É através destas plataformas digitais específicas que as fanfics têm ganhado destaque, pela recepção ou circulação na web, criando um novo processo de comunicação em que o produtor e o receptor são os novos tipos de agentes comunicacionais. Para Jenkins (2009), a troca de ideias realizadas pela interação na web é um aspecto da cultura participativa, na qual os usuários passaram a ter um novo sentido na internet, exercendo uma função mais ativa, criando, compartilhando e fomentando a indústria cultural no espaço virtual. É importante salientar que estas

---

comunidades são um espaço aberto, onde todos podem participar escrevendo, compartilhando, reagindo ou apenas lendo.

Estes produtores exploram o mundo digital, quando o assunto é expandir o universo narrativa ficcional elaborado por outro autor. É assim que cada vez mais as fanfics entram no universo da cultura pop, transformando-se em um produto cultural da grande massa. As fanfics têm se popularizado entre os seus consumidores, tornando-se um aliado para os produtores culturais, que utilizam da massiva participação dos fãs para o marketing industrial, que Jenkins (2009) denomina “capital emocional” ou “lovemarks”. Algumas produções elaboradas por fãs dentro de sites de publicação de fanfics ganharam vida própria e visibilidade ao se transformarem em outros produtos midiáticos, independentes das obras originais que os inspiraram. Histórias como Cinquenta Tons de Cinza, Shadowhunters, After Movie e Barraca do Beijo são fanfics que se tornaram livros e depois adaptação cinematográfica, com sucesso no cinema e nas plataformas de streaming como Netflix. Alguns escritores conhecidos afirmam ter começado a escrever por meio de fanfics, como Cassandra Clare, escritora do livro Instrumentos Mortais, que escreveu *The Very Secrets Diaries*, uma fanfic de O Senhor dos Anéis, que virou um hit viral no mundo dos fãs.

Este texto é a primeira etapa de uma investigação, a ser realizada posteriormente, de como se formam processos comunicacionais nas produções de fanfics a partir das ferramentas de participação colaborativa disponível nas plataformas on-line de publicação, em especial os sites Spirit e Wattpad. Nossa intenção é averiguar qual a importância do meio digital para a intensa produção de fãs na web, que hoje são os novos canais de interação e socialização dos fãs e partir do conceito de cultura participativa compreender a relevância dos suportes digitais para a disseminação desse formato cultural que tem ganhado destaque na indústria do entretenimento.

Os trabalhos publicados sobre o tema, poucos exploram os processos comunicacionais que ocorrem nestes canais digitais. Desta maneira, a produção aqui apresentada busca levantar um estudo sobre os processos comunicacionais que existem nos sites de publicação, a partir da relação entre o produtor- produtor -receptor, partindo dos estudos de Henry Jenkins, sobre cultura participativa e as práticas dos fãs nos meios de comunicação.

---

## CULTURA COMUNICACIONAL

As transformações na comunicação se dão pelas modificações ocorridas no processo comunicativo através do surgimento e do aprimoramento tecnológico e intelectual. Santaella (2003) defende que o surgimento de novas culturas não significa o desaparecimento das outras, ao contrário, a anterior se reincorpora para se adaptar na esfera social. Para Santaella (2003), existem seis eras culturais: oral, escrita, impressa, de massa, das mídias e digital. A cultura oral é a comunicação falada, ou seja, o relato de fatos e acontecimentos que fazem a comunicação circular. Já a forma escrita é a comunicação feita através de um conjunto de símbolos grafados em alguns suporte físico. É na impressa que a comunicação começa a se desenvolver mais rápido e a escrita se torna mais popular, em virtude da imprensa de Gutemberg. A população do século XVII passava pela revolução Industrial, quando novos meios de comunicação se desenvolviam ou se aperfeiçoaram tempos depois, com os avanços da industrialização, tais como a televisão, fotografia, cinema. As duas últimas culturas são a das mídias, voltada para as mídias comunicacionais especializadas, e a cultura digital, com a introdução da internet nos processos comunicacionais, mais interativos.

Com o crescimento dos meios de comunicação midiática, surgiram novas formas de cultura e o consumidor, este público buscava estar mais próximo do que consumia, produzindo, criando e circulando produtos. Com o aperfeiçoamento dos aparelhos tecnológicos, no início de 1980, se intensificaram a hibridização da linguagem dos meios comunicacionais, as mensagens produzidas tendiam para a segmentação e a diversificação. É a partir da popularização midiática, provocada por estas transformações sociais, culturais e tecnológicas, que podemos definir como funciona a cultura das mídias.

Essas tecnologias, equipamentos e as linguagens criadas para circularem neles têm como principal característica propiciar a escolha e o consumo individualizados, em oposição ao consumo massivo. São esses processos comunicativos que considero como construtivos de uma cultura das mídias. Foram eles que nos arrancaram da inércia da recepção das mensagens impostas de fora e nos treinaram para a busca da informação e do entretenimento que desejamos encontrar (SANTAELLA, 2003, p. 15-16)

A cultura midiática foi a responsável pela criação dos novos hábitos de consumo cultural, é a partir dela que as produções começaram a se dispersar na indústria do entretenimento. Esses são os processos comunicativos da cultura das mídias, quando as mudanças nos meios comunicacionais foram preparando os consumidores para “a busca

---

da informação e do entretenimento que desejamos encontrar” (SANTAELLA, 2003, p. 16). Para entender essas passagens de uma cultura a outra, é necessário compreender que não são apenas as tecnologias as responsáveis pelas transformações culturais, pois os processos comunicacionais e os tipos de mensagens transmitidas proporcionam também novos ambientes socioculturais. Embora acreditasse que as mídias eram responsáveis pelo crescimento dos produtos midiáticos, os meios ainda eram meios, ou seja, meros reprodutores tecnológicos por onde as linguagens comunicacionais transitavam e se renovam, conforme as misturas de linguagem proporcionadas pelos veículos midiáticos.

O surgimento dos dispositivos digitais e móveis facilitou as transformações culturais, por meios da segmentação e da hibridização das mensagens. Esses aparelhos e seus receptores possibilitaram que os consumidores pudessem escolher o que, como e quando consumir, o que antes era produzido para uma massa, passou a ser consumida para receptores individualizados. “A comunicação midiática é responsável pela ampliação dos mercados culturais e pela expansão e criação de novos hábitos no consumo de cultura” (SANTAELLA, 2003, p. 59).

## **CULTURA DE FÃ E PRODUÇÕES DE FANFICS**

A cultura das mídias está vinculada à personalização do conteúdo segundo às preferências do usuário. Nesta cultura, existe uma era de maior personalização e interação, através de videogame, videocassete, walkman, máquina de fotocopiadora, entre outros, permitindo uma maior customização e participação por parte do receptor, até então mais passivo diante do produto comunicacional. O videocassete, por exemplo, possibilitou que as pessoas gravassem os programas de TV e depois assisti-los quando possível, a partir desses próprios aparelhos, enquanto os videogames e o controle remoto garantiam mais interatividade com as próprias mídias.

Isso cria o que Jenkins (2009) chama de cultura da participação, que nasce na cultura das mídias, com a criação de produtos de entretenimento que possibilitaram a interação e a personalização do consumidor. A noção de cultura participativa (do inglês *participatory culture*) é utilizada para caracterizar o espaço ocupado pelo consumidor dos produtos culturais no meio midiático e digital, diferente dos antigos receptores passivos que apenas recebiam a informação do produto consumido sem se aproximar do conteúdo que o canal lhe passava. As produções daquela época começaram a ser pensadas para responder ao que os seus consumidores desejavam. “Quando esses fãs

---

foram atraídos para um programa, eles exigiram um relacionamento mais intenso e profundo com o conteúdo” (JENKINS, 2009, p. 189). A cultura das mídias preparou o terreno para a cibercultura através da personalização, que se amplificam na cultura digital por causa das possibilidades de veiculação de conteúdo especializado e socialização dos usuários através da interação com os produtos.

Com a introdução dos computadores portáteis nas casas das pessoas, em meados dos anos de 1990, os cenários culturais midiáticos começaram a se transformar, graças à possibilidade de converter as produções de diferentes mídias e de armazená-las em um mesmo aparelho, por meio da digitalização. Esse aspecto possibilitou diferentes tipos de interatividade e de personalização a partir dos dispositivos portáteis como Disquetes, CDs, PCs e Discman. Essa cultura permitiu que os usuários participassem na produção e distribuição dos produtos culturais que explodiram na mídia, como é o caso da saga filmica Guerra nas Estrelas, (D’OLIVEIRA; ROMANELLI, 2013; JENKINS, 2009; TOLEDO et al., 2013).

Os fãs apaixonados pelas histórias contadas nos filmes cresciam fantasiando o mundo intergaláctico da saga e criando produtos baseados nos filmes, como reprodução da trilha sonora e dos efeitos especiais gravados em computadores domésticos e convertidos em arquivos portáteis, produção de filmes independentes que recriavam as cenas e os momentos da saga, estas produções criaram uma geração de cineastas adolescentes e jovens (JENKINS, 2009). A cultura participativa é, portanto, uma cultura na qual as produções do entretenimento dialogam com vários meios de comunicação, em que filmes interagem com séries, livros, revistas e histórias em quadrinhos.

Segundo Jenkins (2009), os fãs são os principais segmentos do entretenimento, sendo o mais ativo e participativo do público midiático eles recriam as versões das suas histórias nos desenhos, filmes, fanfics, fanzines. Os produtores amadores têm feitos suas histórias há décadas, mas é somente com a cibercultura que se popularizaram. Outras produções que surgiram entre a cultura das mídias e se reconfigurou na cibercultura foram os fanzines. Antes da disseminação da internet, os fanzines, espécies de revistas amadoras, eram feitas por fãs onde eles publicavam histórias ficcionais, que são conhecidas como fanfics. Uma das primeiras a ser publicada e ficar famosa foi através do fanzine Spockanalia baseada na série de TV estadunidense Jornada nas Estrelas (LUIZ, 2009).

Estes usuários são pessoas que se dedicam a um produto cultural expressando sua admiração, seja por uma pessoa ou produto cultural. A elaboração de fanfics e sua



---

circulação criaram um tipo de processo comunicacional, voltado para aqueles grupos que não se sentiam satisfeito em apenas consumir um produto. “A fanfiction é um instrumento para que as fandoms realizam subgêneros que são violações nas normas que os criadores originais firmarem nos enredos” (PADRÃO, 2012, p 11).

A cultura da participação possibilitou a interação maior entre o usuário e o produto na cultura das mídias, amplificada na cultura digital. A partir da difusão de informações possibilitada pela internet e pelos novos aparelhos digitais, os processos comunicacionais, assim como as relações sociais, reconfiguraram-se produzindo novas formas de socialização e interação social, na qual Lévy (2009), Lemos (2007) e Santaella (2003) vão chamar de cultura digital ou cibercultura. É nessa cultura digital que as fanfics se reconfiguram. A cibercultura compreende o modo como a tecnologia influenciou as novas práticas sociais e culturais desenvolvidas no ciberespaço, que é o espaço virtual, “o conjunto de técnica, materiais e intelectuais, de práticas, de atitudes, de modo de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (LÉVY, 1999, p.17).

A interação social realizada na internet possibilitou que os conteúdos pudessem transitar de uma mídia para outra e em formatos diferentes, como por exemplo: livros que viravam filmes, séries que se tornavam livro. Devemos pensar a cibercultura como um ambiente midiático onde novas formas de comunicação são possíveis, através dos sites, blogs, fóruns, comunidades on-line. Neste espaço, surgem os novos processos comunicativos que criam e circulam novos conteúdos culturais, como um “modulador de novas identidades e formas culturais” (LEMOS, 2004, p.15). Nestas redes virtuais, os grupos de fãs tiveram um espaço para a troca de informação e a socialização entre usuários, ou seja, é partir da interação com a internet que os fãs começaram a ter mais acesso aos canais de comunicação que possibilitou novas formas de sociabilidade.

A cultura da participação, que emergiu anos de 1980 com as mídias analógicas e eletrônicas mais interativas e personalizadas, agora é amplificada com a internet. Para Jenkins (2009), os fãs já participavam das produções naquela época, mas na cibercultura os usuários podem interagir com pessoas do mundo todo, criando e compartilhando seus trabalhos. Os canais virtuais permitem uma maior circulação de conteúdo, além de uma maior participação dos usuários e uma maior facilidade na produção de conteúdo.

Os fãs são o segmento mais ativo do público das mídias, aquele que se recusa a simplesmente aceitar o que recebe, insistindo no direito de se tornar um participante pleno. Nada disso é novo. O que mudou foi a

---

visibilidade da cultura dos fãs. A web proporciona um poderoso canal de distribuição para a produção cultural amadora (JENKINS, 2009, p.196).

A mudança na cultura das mídias para a cibercultura impactou nas produções de fãs, pois agora a digitalização, confluência dos formatos midiáticos em um só espaço, facilita que os usuários produzam não somente em texto, mas em vídeos, arte, imagem, filmes, imagens possibilitou em novos tipos de produções de fãs. A partir da internet, os fãs desenvolvem uma infinidade de produções culturais, a *fanfic* é a principal precursora que inspirou novas transformações midiáticas, tais como: *fanarts* (ilustrações e imagens), *fanfilms* (criação e atuação filmica), *fanvideos* (vídeos) (D'OLIVEIRA; ROMANELLI, 2013).

As *fanarts* são montagens de imagens, arte ou desenho feita por fãs, tendo como base personagens e cenários da história original. Estas produções são bastante utilizadas para ilustrar as *fanfics* e também podem ser encontradas nas redes sociais, principalmente nos perfis *fakes*. Outro tipo de mídia que acompanha esse grupo são os *fanmade* vídeos, produções usando somente edição e efeito no conteúdo original, sem adição. Os fãs recorrerem a essa adaptação quando a trajetória de um personagem ou cenário não o agradou ou quando desejam dar um novo sentido ao enredo da história.

Os *fanfilms*, produções cinematográficas realizadas pelos fãs e relacionadas a uma obra existente, são, normalmente, distribuídas nos sites específicos, como o *Fanfilms.net* e *TheForce.net*, e plataformas digitais de divulgação de audiovisuais, como *DailyMotion*, *Vimeo* e *YouTube*. Muitos produtos são projetos estudantis, produzidos e editado por amadores sem efeitos glamorosos, como alguns *fã-trailers* (LUIZ, 2009). Outros longas-metragens possuem tanta visibilidade pelos fandoms que são produzidas e patrocinadas por produtoras de sucesso, como os vídeos sobre *Harry Potter*. Em 2018, a produtora italiana *Tryangle Films* foi a responsável pela divulgação do filme *Voldemort: Origins of the Heir* e a produção foi disponibilizada na web gratuitamente, possuindo 15 milhões de visualizações até maio de 2019.

Muitos fãs consideram as obras não oficiais tão boas quanto as originais, até mesmo antes de serem lançadas, como a versão dramática da série *Um Maluco no Pedaco*, que teve seu trailer divulgado em março de 2019. A trama segue o mesmo enredo da história original, porém com uma versão mais sombria do personagem principal, *Will Smith*. O filme, além de retratar a vida de *Will* de maneira bastante semelhante, traz o lado obscuro do personagem, diferente da série cômica.

---

Existe uma profusão de sites dedicados exclusivamente à divulgação e ao download destas produções, como os sites de *fanfilms* supracitados; os espaços voltados para as *fanarts*, desenhos, animações e quadrinhos, gifs, como o Fanpop; os *fanmade videos*, no mesmo formato de colagem de cenas de filmes, séries, encontrados principalmente no YouTube e Fanvideos Project. As produções dos fãs também são encontradas nas redes sociais, como Facebook, Instagram e Tumblr. Os sites de publicação de fanfics como Spirit e Histórias, Fanfics Brasil, Ficwriters & Fanartists – Sociedade OnLine, Fanfiction Fanfic Obsession, Nyah! Fanfiction, Fanfiction.Net, Archive of Fourown.org, Inskpired e Wattpad são voltados para a produção, circulação e divulgação de conteúdo. Algumas destas plataformas digitais também funcionam como fóruns para a socialização dos usuários, tal como a plataforma brasileira Spirit e o Wattpad.

O Wattpad, criado em 2006 é um dos principais sites internacionais voltados para a publicação de fanfics e conecta uma comunidade global de 70 milhões de leitores e escritores. Até outubro de 2017, a plataforma possuía 75 milhões de histórias já publicadas (ROZA, 2018). A interface inicial da plataforma traz uma pequena introdução de como funciona o Wattpad, além das informações sobre recursos utilizados, quantidade de leitores e depoimentos dos escritores que tiveram suas histórias transformadas em livros. O site apresenta as principais atividades que fazem para incentivar os seus escritores, como o concurso de leitura, a conferência e premiação anual The Wattpad Prize, voltada para as publicações originais e o The Wattys, um concurso destinado para a história mais popular da plataforma. Estas e outras atividades deixam os possíveis escritores e leitores cada vez mais interessados em fazer o login e acessar o site. A premiação acontece anualmente durante os últimos meses do ano e possui quatro subdivisões: People’s Choice Award, que centra na história mais compartilhada no Facebook e retweetada no Twitter; Begginer’s Luck Award, constituída para dar prêmios a escritores que estão no site pelo período de menos de quatro meses; HQ Love Award, que contempla as histórias favoritas da equipe de produção do Wattpad; e Surprise Award, que concede prêmios surpresas para os escritores (ANDRADE; ARRUDA; SILVA, 2014).

A página inicial é simples, em cima, na barra horizontal há o nome da plataforma com o símbolo W em laranja e ao lado as barras para acessar os campos: descobrir, comunidade e pesquisar. A seção “descobrir” é uma lista de categorias de fanfics publicadas como aventura, poesia, lobisomens, entre outras. A página

---

“comunidade” é como um fórum on-line ou um chat virtual para os inscritos na plataforma, na qual os usuários podem trocar mensagens, acessar cursos de escrita, além dos comentários e das notícias do Wattpad. Dentro desta seção, também há comunidades específicas, como os clubes de leitura e de gênero. O design do site é bastante chamativo, com as cores em tons laranja no símbolo, assim como nas letras, diferente de outras plataformas.

O Spirit Fanfics e Historias é uma plataforma brasileira de produções de fãs, como o Wattpad, a plataforma tem uma página de apresentação interativa, mas um pouco mais simples, como a cor e o símbolo. Ao acessar a interface principal, temos o botão para acessar o perfil do usuário no site; o “fórum” que é o local para debates e interações dos autores, resolver dúvidas, incluindo as referentes a conteúdos irregulares e para debates e interações dos leitores e escritores. A seção “grupos” são comunidades online dentro da plataforma que tem o intuito de adicionar e de mostrar novas ideias para os integrantes. Ao acessarmos a interface dos usuários, somos redirecionados para a página específica com os botões de acesso e cadastro, ao lado, um lembrete informativo sobre o Spirit e como personalizar sua página pessoal mudando as cores. A barra principal de navegação oferece a opção de pesquisar as histórias recentes, as destacadas, os gêneros de literatura, as categorias e as tags.

A lista de gênero desta plataforma possui diversos tópicos para escolha como: Ação; Aventura; Comédia; Crossover Drabble; Drabs; Drama; Tragédia; Droubble; Ecchi; Esporte; Família; Fantasia; FemmeSlash Festa; Ficção; Ficção Adolescente Ficção Científica; Fluffy Harem. Nesta página, o usuário pode acessar a um total de 35.145 mil tags, esta aba possibilita que o usuário especifique exatamente o que ele procura numa história. Há uma barra principal de navegação intitulada “aulas” e, abrindo a página da história escolhida, o usuário tem acesso a uma lista de aulas de ortografias que são dadas de forma gratuita para os escritores cadastrados no site, possibilitando que o autor melhore sua escrita e suas histórias. Ainda na barra principal de navegação, tem a página de “aparência”, no qual o usuário pode escolher a fonte, tamanho e a cor da interface da plataforma.

A página de leitura é composta por: capítulos publicados, comentários de usuários, a opção de compartilhamento para outras redes sociais, biblioteca pessoal, quantidade de leitores, votos e comentários em destaque. Ao lado, encontra-se o perfil do autor podemos ver a quantidade das suas histórias publicadas e os seus seguidores, além das atualizações do usuário, capítulos publicados e notícias. O Spirit publica um

---

aviso legal sobre autoria e propriedade intelectual Com estas plataformas, os fãs escritores passaram a ter um lugar onde disponibilizar seus trabalhos, graças à facilidade de produção oferecida pela internet, permitindo com que as ideias pudessem sair da imaginação do fã para a web. A facilidade de produção e consumo é cada vez maior, com estas páginas e comunidades de fãs que circulando as produções em canais gratuitos e acessível para qualquer usuário, necessitando apenas de o interessado procurar na web.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A cultura da participação começou a ser semeada nos processos de comunicação e distribuição de conteúdo cultural na era cultura das mídias, a partir da década de 1980. Esses processos foram amplificados pelo surgimento de novas das novas mídias que facilitaram a personalização dos dispositivos moveis que tem como característica proporcionar novas opções consumo conforme o gosto pessoal e suas preferências. Essa participação se intensificou na cultura digital com a confluência dos formatos midiáticos no ciberespaço, que permitiu mais participação na criação, recriação e circulação dos conteúdos midiáticos, como é o caso das fanfics. Além destas plataformas disponibilizarem um espaço para os escritores produzirem, eles estimulam a criatividade do usuário-produtor, encorajando o trabalho destes novos escritores com prêmios, palestras, workshops e leitura entre os consumidores. A cultura participativa é intensificada pela digital, influenciando até na estrutura dos principais sites de fanfic.

A proposta de pesquisa a qual este texto faz referência tem como objetivo principal identificar como funcionam os processos comunicacionais de emissão, canal e recepção dentro dessa lógica da circulação e da participação dos consumidores dos sites de publicação de fanfics Spirit e Wattpad. Para isso, propomos uma investigação de como funciona a etapa de participação do usuário do site, desde a inscrição, até como eles se cadastram e interagem com o produto final, e quais ferramentas de interação das plataformas os usuários utilizam para realizar a participação. No desenvolver deste trabalho, analisaremos os perfis dos usuários, produtores e receptores, identificando as características da cultura de participação e da cultura digital, que ocorre nestes canais virtuais. O tipo da pesquisa será exploratório, tendo em vista o propósito de explorar as plataformas de publicação para averiguar como acontece a comunicação dentro da interface. Nosso propósito é analisar o processo comunicativo na emissão-recepção-canal.

---

A proposta é descrever como funcionam os sites de publicação de fanfics e qual é a importância do meio digital para a intensa produção na web, que hoje são os novos canais de interação e socialização dos fandoms. Depois, caracterizar os tipos de perfil dos usuários dos fansite e como a comunidade de fã encontrou uma abertura no ciberespaço para se expandir, considerando a cultura da participação como uma das principais características dos fandoms. Com isso, vamos averiguar como é feita a participação do usuário através do compartilhamento, comentários e avaliação dos produtos mais acessados e comentados das plataformas Spirit e Wattpad.

O corpus da pesquisa é constituído pela análise das fanfics *Danger* (Imagine Park Jimin) publicada 2016, pela autora com o pseudônimo Tia deep é inspirada nos integrantes da banda coreana BTS. O enredo conta a história do personagem Park Jimin, um traficante de Seul que se apaixona por uma estudante. Publicada no site Spirit Fanfics e Histórias possui 30 capítulos, sendo a segunda mais acessada da plataforma com 1.061.481 visualizações, ficando atrás de *Namorado quase perfeito* que possui 1.669.227 visualizações até a construção desta pesquisa a fanfics ainda estava em andamento. A segunda produção escolhida foi a fanfic, *Meu chefe estupidamente arrogante - Estúpido livro 1*, publicada em 2018, por Manuele Cruz é baseada no enredo do livro Cinquenta tons de Cinzas. A história narra a trajetória da personagem Jéssica que se envolve em um romance com o seu chefe, um empresário famoso que tem um lado obscuro. A história contém 30 capítulos e está disponível na plataforma do Wattpad, ela possui 10.2013.453 visualizações sendo a história mais acessada deste site. A checagem destes números é referente a data de publicação das produções até maio de 2019. As duas histórias trazem autoras identificadas com nomes feminino, apesar da escritora do Spirit utilizar um pseudônimo, o perfil dela está caracterizado como gênero feminino.

Estas duas plataformas não informam qual a produção mais acessada, mas possuem algumas ferramentas que possibilitam a checagem desta informação. A interface do usuário do Spirit e do Wattpad oferece a opção de pesquisar histórias por gênero, categoria, palavras-chaves, hashtags e destaques, a aba de tags pode ser configurada pelas histórias mais acessadas. O critério de seleção que serão analisadas no corpus deste trabalho se deu através das histórias de romance que são as mais acessadas pelas duas plataformas. No Spirit Fanfic, a tag #romance aparece em 161.082 histórias, já no Wattpad esta tag aparece em 1º lugar das 10 mais acessadas.

---

## REFERÊNCIAS

- CORRÊA, Luiza et al. As práticas de consumo em comunidade de fãs: o caso dos “little monsters da Lady Gaga”. **Revista Comunicação - reflexões, experiências, ensino**. Curitiba, v. 12, n.12 p. 09-32, 2º Semestre 2016.
- D’OLIVEIRA, Beatriz; ROMANELLI, Mariana. Fanfictions e o Papel do Fã na Era da Transmídia. **Revista Hipertexto**, v. 3 – n. 1 – Jan./Jun. 2013, p. XX-XX.
- GUIA DO ESTUDANTE. **Pesquisa aponta que jovens brasileiros estão lendo menos**. Disponível em: <<https://guiadoestudante.abril.com.br/universidades/pesquisa-aponta-que-jovens-brasileiros-estao-lendo-menos/>>. Acesso em: 15 de mai. 2019.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009, 478p.
- KELLNER, Douglas. **A cultura das mídias - estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru: Edusc, 2001, p. 75-87.
- LE MOS, André. **Cibercultura, cultura e identidade: Em direção a uma “Cultura Copyleft”?** Contemporânea, vol. 2, no 2 p 9-22, dez 2004, p. 09-22.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.
- LUIZ, Lucio. Fan films e cultura participatória. In: **Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** ( Intercom), Curitiba, 2009.
- LUIZ, Lucio. A expansão da cultura participatória no ciberespaço: fanzines, fan fictions, fan-films e a “cultura de fã” na internet. In: SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER, 2., 2008, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: CENCIB/PUC-SP, 2008.
- PADRÃO, Márcio. Leituras resistentes: fanfiction e internet VS. Cultura de massa. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação**, Brasília, v.10, 2007. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/seer/index.php/e\\_compos/article/view/199/200](http://www.compos.org.br/seer/index.php/e_compos/article/view/199/200)>. Acesso em: 01 mai. 2012.
- ROZA, ANA. **Wattpad arrecada \$51 milhões em avaliação e chama a atenção do mercado de entretenimento**. Disponível em:< <https://www.b9.com.br/85130/wattpad-arrecada-51-milhoes-em-avaliacao-e-chama-a-atencao-do-mercado-de-entretenimento/>>. Acesso em: 17 de mai. 2019
- SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humana: da cultura das mídias a cibercultura**. São Paulo: Paulos, 2003, p. 11-125.
- SANTAELLA, Lucia. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós humano. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre nº 22, dez. 2003 quadrimestral.
- SPIRIT FANFICS. Disponível em:< <https://www.spiritfanfiction.com/>>. Acessado em: 20 de mai. 2019.
- TOLEDO, Ana et al. A relação do fã e a mídia: participatividade e influência. In: **Anais do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**, Bauru, 2013.
- WATTPAD. Disponível em:< <https://www.wattpad.com>>. Acessado em: 12 de mai. 2019.