

Literatura pop feminina: as fãs de Romance no Brasil¹²

Giovana Santana CARLOS³

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

RESUMO

O Romance é um fenômeno global, entretanto, pouco se sabe de suas leitoras e, mais especificamente, sobre o fandom de Romance. Portanto, neste artigo busco apresentar características da cultura das fãs brasileiras de Romance. Para tanto, primeiro discuto a relação de literatura culta e de massa (SODRÉ, 1988) até chegar no termo literatura pop. Em seguida apresento as definições e elementos narrativos que compõem o Romance (REGIS, 2007). E, por fim, caracterizo as fãs de Romance no Brasil através de dados coletados a partir de abordagem quanti-qualitativa (ANGROSINO, 2009; HINE, 2015). As fãs brasileiras de Romance são leitoras jovens, urbanas, com nível superior de escolaridade, engajadas, ligadas à cultura pop de forma geral e, principalmente, interessadas em histórias de amor, isto é, em enredos românticos seja qual for a mídia.

PALAVRAS-CHAVE: cultura de fãs; cultura urbana; literatura; romance; histórias de amor.

INTRODUÇÃO

Os Romances estão entre os livros mais vendidos no Brasil e exterior, sendo um fenômeno popular global. Não se refere ao “romance” no sentido do formato (como as novelas ou contos, por exemplo), mas a um gênero literário cujo protagonismo feminino é muito forte e é focado em histórias de amor.

O Romance - que grafo em maiúsculo para não se confundir com o formato - é aquele cujas histórias apresentam protagonistas mulheres vivendo realidades femininas conforme a situação descrita: se se passa na Inglaterra do século XIX, por exemplo, não é incomum protagonistas da aristocracia buscarem a liberdade e realização além do casamento, instituição necessária para usufruírem de patrimônio já que a lei da época colocava, de forma geral, toda propriedade nas mãos dos homens, como é comum nos

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Culturas Urbanas, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Autorizo a avaliação e possível seleção deste artigo para publicação no e-book a ser organizado pelo GP Comunicação e Culturas Urbanas.

³ Doutora em Comunicação pela Unisinos, Mestre em Comunicação pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP) e jornalista pela Universidade de Passo Fundo (UPF), e-mail: giovanacarlos@gmail.com.

Romances de época, escritos no contemporâneo com inspiração nas obras de Jane Austen; se se passa num mundo fantasioso em que a magia impera, como num Romance sobrenatural, podemos saber detalhes sobre como a protagonista humana tem seus sentidos aguçados quando se torna feérica (“*fae*”), porém além dos poderes sobrenaturais que adquire, a autora descreve como suas cólicas menstruais também são aguçadas, como ocorre na série “Corte de Rosas e Espinhos”, de Sarah J. Mass.

Os detalhes da realidade feminina, sejam fantasiosos ou baseados em fatos reais, são muito presentes nos Romances, que não à toa, são escritos também predominantemente por mulheres e lidos por uma maioria de mulheres. Como o próprio nome sugere, as histórias são voltadas para o amor, entretanto, além de remeter a uma ideia de romance convencional, o contexto pode ser mais sombrio do que jantares à luz de velas, a protagonista pode se encontrar em situações perigosas, em planetas com seres extraterrestres ou metamorfos (“*shifters*”). Podem ser com enredos que qualquer pessoa possa ler ou proibido para menores de 18 anos. Há histórias para todos os gostos, dos mais açucarados aos mais perversos e sombrios, dos mais reais aos mais fictícios.

Romance é o gênero que mais vende na América do Norte, constituindo, conforme Roach (2016, p. 5), “o maior segmento de ficção publicado e de consumidor do mercado de livros. [...] Este gênero massivamente popular acumula mais de um bilhão de dólares em receita anual das editoras dos EUA. Corresponde por metade de todo o mercado de massa de impressos vendidos”. O gênero é tão popular que, em 2017, surgiu a plataforma de streaming online PassioFlix (www.passionflix.com/) voltada exclusivamente para adaptação de livros em filmes e séries. Desde 2018, passou a ofertar legendas em português. No Brasil, Romances estão sempre nas listas de mais vendidos, além de serem os mais baixados na Amazon.com.br (CARLOS, 2019), porém o gênero é pouco conhecido fora do fandom e muito menos suas fãs são conhecidas fora do fandom e mercado literário. E, por esta razão, apresento aqui as características das fãs de Romance no Brasil, para dar visibilidade ao consumo cultural de mulheres enquanto fãs de uma literatura pop feminina.

METODOLOGIA DA PESQUISA

Este artigo apresenta parte da investigação realizada para a minha tese de doutorado em Comunicação defendida em 2019. Observando o papel das fãs que escrevem em blogs e fazem vídeos para canais no Youtube, e mantém contratos oficiais com as editoras

brasileiras para produzirem conteúdos para, em retribuição, ganhar o livro que gera tal produção, busquei traçar um mapa das mediações das fãs do gênero, baseada em Martín-Barbero, de forma a identificar seu papel para o fandom e mercado de Romance no Brasil. A metodologia foi construída a partir de uma abordagem etnográfica tanto online (HINE, 2015) quanto offline (ANGROSINO, 2009) e com a construção e divulgação de questionário online para apresentar dados mais quantitativos sobre o fandom pouco registrado em bibliografia acadêmica.

Frequentei diferentes eventos durante três anos (2016 a 2018), tendo escolhido 17 para compor o corpus da pesquisa. Entre eles estão a Bienal Internacional do Livro de São Paulo, ocorrida entre 3 a 6 de agosto de 2018, e a Convenção de Romance de época, em 10 de dezembro de 2016, no Rio de Janeiro/RJ. Entretanto, a maioria dos eventos foram os “encontros de fãs”, apresentados pelas blogueiras parceiras das editoras. Neles, o foco era apresentar os lançamentos das editoras, fosse o encontro focado no subgênero, em autora ou mesmo num período específico, como a “Retrospectiva literária” da editora Valentina que ocorre anualmente. Fui em encontros do Rio de Janeiro/RJ, São Paulo/SP e Porto Alegre/RS, durante 2016.

Todas as blogueiras que acompanhei foram entendidas como fãs (ao invés de outros conceitos, como influenciadoras digitais, por exemplo), pois pude identificar como o Romance fazia parte de suas vidas e identidades de forma marcante (JENKINS, 2015). Algumas delas são conhecidas nacionalmente como autoridades de subgênero e procuradas tanto pelo fandom quanto pelo mercado e, outras, internacionalmente, por coordenarem o fã-clubes de autoras internacionais. Nos dias dos encontros de fãs, após apresentação e um período de familiarização, reunia-me com as blogueiras e demais fãs presentes antes ou depois dos eventos, onde conversávamos sobre diversos assuntos sendo o principal relacionado ao Romance, ao mercado editorial, mas também sobre questões pessoais. Como aconteceram em livrarias dentro de shoppings, nos reuníamos nas praças de alimentação. Nos demais eventos, em muitos momentos, acompanhei a programação junto com essas mulheres que já conhecia, e ia sendo apresentada para outras.

Como é possível perceber, minha abordagem enquanto pesquisadora foi participante, a qual caracterizo como sendo de uma aca-fã, descrita por Henry Jenkins como um pesquisador que também é fã. Apesar de não conhecer anteriormente as pessoas envolvidas na pesquisa, já era uma leitora voraz do gênero, participando apenas em

comunidades online do fandom. Desde o primeiro momento, apresentei-me tanto quanto pesquisadora como fã e com o tempo formei laços de amizade com algumas. E foram nas conversas informais, sobre nossas leituras, autoras preferidas etc. que tive acesso a informações mais restritas dos bastidores do fandom e mercado editorial que buscava para entender a relação de parceria das blogueiras com as editoras.

Após a apresentação às primeiras blogueiras fui sendo, em diferentes épocas, adicionada em diversos e até seletos grupos no WhatsApp e Facebook: dos grupos de blogueiras apresentadoras de encontros, dos voltados para a leitura de subgênero, daqueles de autora e blogueiras, onde estas recebem novidades em primeira mão. Além disso, criei um questionário online para tentar alcançar regiões do país que não pude ir pessoalmente para melhor identificar características nacionais das fãs, além de buscar uma representatividade mais quantitativa uma vez que são escassos dados sobre leitoras ou fãs de Romance. Entre agosto e outubro de 2018, apliquei o questionário através da plataforma Formulários Google com 46 perguntas, divididas em três partes, com o objetivo de coletar dados demográficos, de leitura e as relações entre leitoras, autoras e os espaços online e offline do fandom e mercado. A maioria era de múltipla escolha, sendo apenas cinco dissertativas. No total, foram qualificadas as respostas de 723 fãs.

Portanto, apresento aqui algumas características que definem as fãs de Romance no Brasil, combinando os dados do questionário online com as observações de campo em eventos presenciais, assim como em grupos online. Para tanto, é necessário apresentar primeiro a discussão do entendimento dessa literatura como pop e a definição de Romance.

A LITERATURA COMO POP

A literatura pode ser entendida a partir de duas distinções: como culta ou como de massa (SODRÉ, 1988). A literatura culta é aquela que invoca escritores e obras clássicas, consagrados pela academia. A literatura de massa é aquela voltada para um grande público e caracteriza-se pela alta vendagem, os chamados bestsellers. Na primeira, Sodré (1988) destaca que o leitor, enquanto produtor, precisa de conhecimento prévio para ter condições de interpretação, geralmente através da erudição, já que o autor não irá explicar ou dar chaves interpretativas para sua história, cuja técnica de escrita e linguagem são primordiais. Já na literatura de massa, a língua não é tão importante em comparação com os conteúdos fabulativos, os quais instigam a consciência do leitor e sua sensibilidade.

Esta é ligada a espaços urbanos como as bancas de jornais, lojas de departamento enquanto a literatura culta, à escola e à universidade. A literatura culta é entendida como instigadora intelectual, já a de massa seria instigadora de sensações e sentimentos, caracterizando gêneros como o suspense e o Romance, por exemplo.

De qualquer forma, é visível a questão da classe social diferenciando a literatura, pois a educação formal e circulação em ambientes educacionais ou populares marcam uma distinção de quem tem acesso a esses produtos e espaços. Ao caracterizar a literatura na atualidade, Perrone-Moisés (2016) sintetiza as características da chamada literatura contemporânea como sendo uma dessas a abolição das fronteiras em alta cultura e cultura de massa. Destaca também a influência do cinema e objetos populares na literatura atual. Se a leitura culta é entendida como fruição estética para erudição, hoje o ludismo e entretenimento possuem papel determinante. Características que, novamente, parecem recair na questão de classe associada a gosto.

Não é nova a ideia de adaptações de livros para o audiovisual, mas com o avanço da cultura da convergência e a transmídia, surgem cada vez mais livros sendo adaptados ou vice-versa, compondo parte de um universo narrativo, independentemente de sua mídia de origem. Tendo essa perspectiva em mente, e buscando fugir da crítica dos teóricos de Frankfurt atrelada ao conceito de massa, adoto o entendimento da literatura aqui apresentada - o Romance - como literatura pop, isto é, atrelada à cultura pop, que corresponde a um fenômeno no qual a produção e o consumo são orientados por uma lógica de mercado global, mas que ao mesmo tempo possui como elemento a criatividade e renovação. E, principalmente, porque a cultura pop não faz a distinção entre alta e baixa cultura (DANESI, 2012), possibilitando um recorte menos discriminante de certos gêneros e seus leitores. O entendimento do Romance como uma literatura pop feminina torna-se também compreensivo a partir do consumo das fãs, como mostro diante.

O GÊNERO ROMANCE E SEUS SUBGÊNEROS

A principal definição de Romance provém da *Romance Writers of America* (RWA), organização que reúne escritores e profissionais do mercado literário voltados para o gênero desde 1979. Sediada nos Estados Unidos, conforme seu site (www.rwa.org), possui mais de 9 mil membros associados e realiza convenções regionais e internacionais. Para a RWA, o Romance possui dois elementos centrais: uma história de amor como central e um final otimístico e emocionalmente satisfatório. Assim, todo o Romance tem

como enredo central um casal que se apaixona e luta para manter sua relação, sejam quais forem os outros enredos ou elementos que podem fazer parte do livro. Seu final é geralmente o “felizes para sempre” ou o “final feliz”.

Para Pamela Regis (2007), o Romance é uma obra de ficção em prosa que conta a história do cortejo e noivado de uma ou mais heroínas. Conforme a autora é possível defini-lo através de oito elementos narrativos: 1) uma definição de sociedade, sempre corrupta, no sentido de atrasada ou deficiente, que o romance irá reformar; 2) o encontro entre a heroína e herói, que pode ser de amor à primeira vista, ou mesmo ódio; 3) um relato da atração pelo outro; 4) a barreira entre eles, um ou mais obstáculos que os impedem de ficarem juntos; 5) o ponto de morte ritual, ou seja, algo que torna impossível a união do casal; 6) o reconhecimento que desfaz a barreira; 7) a declaração da heroína e herói de que se amam; e, por fim, 8) seu noivado. Os elementos podem aparecer em diferentes ordens, repetirem-se e intercalarem-se. Enquanto a barreira é algo que pode ser superado, o ponto de morte ritual apresenta-se como algo impossível de ser vencido.

Em “Orgulho e Preconceito” (1813), de Jane Austen, esses elementos são encontrados da seguinte forma: a definição de sociedade corrupta volta-se para a situação das mulheres conforme as leis inglesas do século XIX, assim Elizabeth e suas irmãs não podem herdar o patrimônio do pai, tornando sua mãe uma ávida casamenteira com o objetivo de assegurar o futuro de suas filhas através do patrimônio dos futuros maridos, queiram elas ou não se casarem; o primeiro encontro de Elizabeth e Mr. Darcy resulta na repulsa entre os dois, o que com o desenvolvimento do livro vai se alterando e relatos de atração vão surgindo em tempos diferentes para o par; há várias barreiras entre o casal: a repulsa no primeiro encontro, mal-entendidos, a diferença de classes sociais entre as famílias de ambos; porém, o ponto de morte ritual é quando Lydia, a irmã de Elizabeth, foge com Wickham, condenando assim as irmãs a ficarem solteiras com o escândalo, já que seriam má vistas e sofreriam ostracismo por parte da sociedade que frequentam; todas as barreiras se desfazem quando Mr. Darcy consegue remediar o escândalo e Elizabeth reconsidera sua visão sobre ele; nesta obra a declaração de amor acontece primeiro com Mr. Darcy, que é então rejeitado por Elizabeth, que só ao final da obra faz a sua declaração, finalizando o livro com o casal junto. É válido ressaltar que mais de um casal pode aparecer num Romance, seguindo seus elementos, como ocorre com Jane, irmã de Elizabeth, e seu par, Mr. Bingley.

Além dos oito elementos narrativos essenciais, Regis (2007) agrega três secundários presentes no Romance: 1) o bode expiatório exilado; 2) o personagem mau convertido pela bondade; e 3) o casamento, dança ou celebração. Além da definição geral de Romance, é

possível encontrar várias obras com temas específicos. A RWA categoriza os seguintes subgêneros: a) Romance contemporâneo, no qual a história ocorre de 1950 até os dias atuais; b) Romance histórico, ocorre em períodos anteriores ao de 1950, podendo ser medieval, vitoriano, regencial, entre outros períodos históricos. No Brasil, durante a investigação percebi que as fãs, mídia e mercado usam o termo “Romance de época” para identificar este subgênero; c) Romance Erótico, no qual o sexo geralmente é explícito e essa interação é essencial para o desenvolvimento da história de amor; d) Romance sobrenatural, o qual contém elementos de ficção científica ou fantasia, além do sobrenatural, como alienígenas, androides, bruxos ou vampiros; e) Romance com elementos espirituais ou religiosos, ou seja, com a presença de uma religião ou sistema de crença espiritual que são inerentes à história de amor do casal; f) Romance de suspense, no qual elementos de mistério, suspense ou thriller fazem parte da história; g) Young Adult (YA), no qual a vida de jovens adultos faz parte da história; durante a pesquisa, também encontrei o subgênero New Adult (NA) muito ligado ao YA, sendo que no NA os personagens estão numa fase de vida entre faculdade e início de carreira e no YA são mais jovens, em fase entre ensino médio e faculdade (GEORGAKOPOULOS, 2016).

Entre os subgêneros mais lidos pelas fãs estão o Romance contemporâneo, erótico e de época, sendo este último o preferido entre as leitoras. Conforme a RWA, mais da metade das leitoras estrangeiras leem Romance de suspense, além de os subgêneros erótico e de época serem os mais populares. Em comparação com o mercado norte-americano, há pouca publicação de Romance de suspense no Brasil, por isso não está entre os mais prediletos aqui. Já o Romance erótico teve um grande crescimento a partir de 2011, com o lançamento de “Cinquenta Tons de Cinza” de E. L. James, que em 2015 foi adaptado para o cinema. No Brasil, o livro vendeu nos primeiros três meses de lançamento mais de 1 milhão de cópias, número bastante alto para um bestseller no país⁴, onde a venda de 3 mil exemplares de um título já pode o classificar como um bestseller. Impulsionadas pelo fenômeno, editoras brasileiras passaram a investir no Romance erótico.

Portanto, a oferta de mercado também pauta os subgêneros mais presentes no fandom. Tanto que não à toa o subgênero Romance de época é o mais preferido pelas leitoras pois é o mais antigo. Não apenas encontramos na História do Romance títulos e

⁴ Disponível em: Conforme informações do site da Revista Veja. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/ciencia/cinquenta-tons-de-cinza-banaliza-violencia-contra-a-mulher-diz-estudo/>.

autoras do século passado, como Jane Austen⁵, como a editora Harlequin atua por décadas em diversos países desde 1949. No Brasil, passou a publicar seus Romances de categoria em 1978 pela editora Nova Cultural e, atualmente, pela HapperCollins. Com a compreensão do que é o Romance e seus subgêneros, a seguir apresento as características de suas fãs no Brasil.

AS FÃS BRASILEIRAS DE ROMANCE

Conforme os dados coletados a partir do questionário respondido por 723 pessoas, a maioria das fãs de Romance no Brasil são mulheres, heterossexuais, na faixa de 18 a 39 anos, que se identificam como brancas, solteiras, sem filhos, com ensino superior completo, que trabalham ou estudam, possuem uma renda familiar entre R\$1.908 a R\$ 4.770 (2 a 5 salários mínimos) e residem em capital ou região metropolitana. Apenas 3% dos respondentes foram homens. Em comparação com os dados da RWA⁶, há mais leitores do sexo masculino na América do Norte do que no Brasil, já que lá corresponderam a 18% dos respondentes. No restante, os dados são muito próximos: a maioria se identifica como branca/caucasiana, heterossexual, com uma média de 25-34 anos de idade. Essas características correspondem a maioria das características das personagens encontradas nos best-sellers de Romance.

Na mídia e através de relatos pessoais que ouvi, principalmente das blogueiras e booktubers, a média de leitura das fãs é de 20 livros por mês. O fandom é conhecido por ler muito, entretanto, ao perguntar sobre essa média no questionário, os dados mostraram que os números são menores do que os relatos afirmam: 56% das entrevistadas⁷ responderam ler de “1 a 5 livros” por mês, 29% de “6 a 10 livros”, 12% “mais de 30 livros”, 9% de “11 a 20 livros” e 3% de “21 a 30 livros”. De qualquer forma, comparadas com a média nacional de livros lidos, as fãs de Romance realmente são ávidas leitoras, pois conforme o Instituto Pró-Livro (2016), o leitor brasileiro é aquele que leu, inteiro ou em partes, nos últimos três meses 2,54 livros, considerando não apenas ficção, mas outros como os livros escolares.

⁵ É interessante destacar que, embora autoras como Jane Austen sejam muito presente no fandom de Romance de época, pois suas histórias se passam em séculos passados, categoricamente são definidas como Romance contemporâneo, conforme Regis (2007), pois escreveram histórias na época em que viveram, ao contrário das autoras contemporâneas que escrevem história em épocas anteriores à sua existência.

⁶ Disponível em: <https://rwa.sociuous.com/page/romance-reader-statistics>. Acesso em: 01 jul. 2019.

⁷ O volume de mulheres no Romance é tão grande que decidi usar o plural feminino para designar autores e leitores de forma a evidenciar o gênero, embora haja a presença de homens.

É comum, em conversas, as fãs contarem ter virando a noite para conseguirem terminar um título, que de tão instigante não conseguem deixá-lo de lado para dormir. Memes satirizando a situação circulam pelos grupos. E o oposto também ocorre: a conclusão do livro foi tão satisfatória que sentem a necessidade de fazer uma pausa entre títulos, por não conseguirem se desapegarem da história. As leitoras chamam esse sentimento de “ressaca literária”, isto é, ainda “sofrem” com as consequências do consumo literário e não conseguem começar uma nova leitura por um tempo.

Ao tentar identificar o fandom de Romance, uma das principais características que pude observar é a divisão por subgênero. Há nitidamente o fandom de Romance de época em contraste com os demais. Ao buscar por grupos online é o subgênero que mais aparece, seguido pelo erótico. Há relatos de grupo online e mobilizações de fãs desde a época do Orkut, site de rede social lançada em 2004 e interrompido em 2014. É também onde se encontram as fãs mais maduras, ou seja, mulheres acima de 40 anos. Devido a trajetória mais extensa do subgênero associada com o volume de grupos online e eventos específicos, foi mais fácil identificá-las. É comum encontrar fãs que só leem esses Romances, enquanto outra parte do fandom dedica-se a um conjunto maior de subgêneros. Entre suas peculiaridades está a vigilância constante com a representação correta ou os clichês e estereótipos típicos da época representada. Por mais que o subgênero não tenha o compromisso histórico marcante, isto é, de seguir fatos históricos, as fãs reclamam se o enredo não é verossímil ou, como já aconteceu muitas vezes, reclamam das mulheres na capa porque estão maquiadas numa época que isso não seria comum ou a vestimenta não condiz com o tempo em que se passa a história.

As reclamações de capas também ocorrem com outros subgêneros, pois muitas se desagravam da capa nacional, por diversos motivos, em comparação com a original de autoras estrangeiras. Os grupos online são espaços para não apenas as reclamações, mas também para a mobilização das fãs para fazerem abaixo-assinados ou comentários em massa nos perfis das editoras. Algumas editoras, quando possível, colocam opções de capas para votação em seus perfis online já conscientes desse comportamento do fandom.

Além dessa divisão entre fandom de subgêneros, também foi possível observar uma hierarquia entre as fãs que possuem espaços online (blogs, sites, canais no YouTube, perfis em redes sociais como o Instagram) e realizam eventos pelas capitais do Brasil. Ao apresentarem eventos ficam conhecidas como porta-vozes das editoras ou “mediadoras”, como denominam. Elas são procuradas pelo restante das fãs para darem informações variadas, sejam relativas às editoras, a um título ou série, uma autora. Mas não apenas isso. Em um encontro de fãs presenciei uma leitora que trouxe um livro estragado e pediu para a blogueira

apresentadora indicações de como restaurá-lo. Aquelas que possuem parcerias com editoras também conseguem maior visibilidade (views) em seus espaços online, pois as editoras compartilham em suas páginas oficiais seus links. Conforme uma blogueira entrevistada, isso daria uma espécie de reconhecimento da qualidade do conteúdo que produz e, conseqüentemente, status. Portanto, a produção de conteúdos digitais pelas fãs parceiras de editoras possui dois vieses: o primeiro, daquela leitora que começa seu espaço por querer compartilhar sua paixão pela leitura e, o segundo, do capital subcultural (THORNTON, 1995) que adquire com o tempo e o reconhecimento junto ao fandom.

Durante a investigação e entrevistas, descobri que há uma mescla entre tipos de membros na comunidade de Romance: a) as leitoras não engajadas, que podem estar em grupos online mas não participam muito ou nada nas discussões; b) as fãs que são altamente engajadas e participativas, estão sempre presentes nas discussões, mobilizações, vão aos eventos; c) as fãs semiprofissionais, como no caso das que são parceiras de editoras, que apesar de desenvolverem muitas atividades junto ao mercado são vistas de forma geral como fãs, sendo pouco ou nada remuneradas por seus trabalhos, de forma a não constituir sua renda principal essas atividades e; c) profissionais que vieram do fandom, que em algum momento eram apenas fãs, mesmo que semiprofissionais, mas que passam a ser contratadas para cargos oficiais dentro das editoras. Quanto mais engajada e participativa, mais há tendência de uma fã chegar ao nível profissional, no sentido de ser contratada com cargo efetivo pelas empresas.

Apesar das respondentes se identificarem como fãs do gênero Romance (fiz esta pergunta especificamente), 92% responderam não lerem exclusivamente este gênero. Mais da metade assinalou ler também “Fantasia”, “Suspense, Policial e/ou Mistério” e “Clássicos da Literatura”, respectivamente, assim como “Ficção Científica” ficou em quarto lugar ao ser marcado por pouco mais de um terço das respondentes. Ao perguntar quais fatores influenciam na escolha de leitura, “Tema ou assunto (subgênero)” foi escolhido por 88% das leitoras, seguido por “autor(a)”, “dicas de outras pessoas”, “críticas/resenhas” e “capa”. Na pesquisa da RWA, as leitoras estrangeiras apenas identificam “conteúdo” como mais importante do que “recomendações”, mostrando uma influência para leitura parecida com os das brasileiras.

Os lugares em que as leituras são feitas são predominantes a “casa”, escolhido por 98% das respondentes, e no “ônibus, trem, metrô ou avião”, por 64%. Na Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2016), a “casa” também foi a mais escolhida por 81% dos respondentes, enquanto a opção “ônibus, trem, metrô ou avião” ficou em 5º lugar, com 11%. O Instituto, no entanto, destaca como o percentual de

leitura em meios de transporte vem aumentando. Como a maioria das minhas respondentes estuda ou trabalha, a leitura é possível através de momentos de deslocamento para a execução dessas atividades. Associando essas informações com os resultados para a pergunta do dispositivo usado para ler e-books, não à toa, o smartphone aparece em 1º lugar como o mais usado, correspondendo a 59% das respostas, seguido por e-readers (45%), notebook (28%) e tablet (20%). Já ao perguntar sobre o suporte preferido para leitura, parece haver uma divisão entre as 52% que preferem o livro físico e as 20% que preferem e-books somadas com as 28% que não tem preferência.

Como se pode notar, questões que atravessam o cotidiano, como a ida ao trabalho ou à faculdade, possibilitam hábitos específicos de leitura, como a conveniência de um smartphone e formatos de arquivos como o .mobi ou .epub, que permitem modificar elementos do livro como a cor e tamanho da fonte, tornando acessível a leitura em mobilidade. Obviamente, algumas pessoas relatam desconforto na leitura em tela, assim como o medo do furto do aparelho em meio de transporte público, escolhendo realizar a leitura apenas no livro físico ou em casa.

A cultura de fãs é ligada a objetos e, conseqüentemente, ao colecionismo (WOO, 2014), e quando se fala em colecionismo de fãs de literatura, os livros ainda são importantes, e em tempos de stories no Instagram e vídeos no Youtube, uma estante repleta de livros agrega um valor simbólico importante na hierarquia do fandom. Porém, ao perguntar quais objetos as fãs colecionam, os livros foram marcados em 2º lugar para 36% das respondentes. Em 1º lugar estão os “marcadores de páginas”, colecionados por 62%. A coleção de livro se dá por diversas razões como a primeira edição de um título ou uma nova capa, com imagens da adaptação cinematográfica, por exemplo. Durante a investigação algo recorrente foi ouvir leitoras dizendo que compraram livros porque acharam a capa bonita ou interessante, porque chamava para a leitura, ou porque ficaria “bem na estante”. O livro não pelo seu conteúdo literário, mas visual, é muito importante, principalmente quando se trata de novas autoras e novas edições. Ou seja, a ideia de que “não se compra um livro pela capa”, pode-se mostrar interessante pela reflexão filosófica que gera, mas em termos concretos de fandom literário é falsa: sim, se compra livro pela capa.

Quanto aos marcadores de páginas, em diversos momentos pude observar como as fãs são ávidas colecionadoras. Há pastas e sacos plásticos específicos para os armazenar e colecioná-los. Ao final dos eventos de Romance que presenciei, era comum as leitoras

se agruparem para pegar os marcadores dados pelas apresentadoras. Assim como é uma estratégia de editora oferecer em pré-vendas ou kits de livros marcadores especiais. Observei muitas fãs programando-se para comprar o livro onde era possível ter o marcador do mesmo título, assim como levando-os para serem autografados pelas autoras. Além do colecionismo, os marcadores também possuem um papel importante para a cultura digital do fandom, pois as influenciadoras digitais usam-nos como cartões de visita para compartilham os links de seus canais no Youtube, blogs, perfis em redes sociais como Instagram e Facebook.

Ao tentar observar nas fãs alguma característica física que pudessem identificá-las, como se pode ao encontrar um punk com suas roupas rasgadas e moicano, ou então um fã de série televisiva, com sua camiseta com personagem e dizeres, não pude constatar visualmente o mesmo ao observar as fãs de Romance no Brasil. O mais perto que cheguei de verificar alguma característica material em comum foi durante conversas, num ato espontâneo, tirarem de suas bolsas livros, tablets e e-readers pois algum título ou autora surgia na conversa e queriam me mostrar. Foi algo que sem eu pedir ou tentar identificar num primeiro momento surgiu repetidamente.

Outro objeto interessante foram as capas artesanais de tecido para cobrir a capa original do livro. O objetivo é tanto protegê-la quanto escondê-la da vista alheia. Os livros dentro das bolsas associados com essas capas evidenciam como é um fandom que não se pode dizer exatamente que está escondido, mas que não está tão visível quanto outros. Creio que um dos motivos seja o preconceito com o gênero, com o protagonismo feminino inerente às histórias, desde os enredos com focos na perspectiva e realidades femininas até mesmo ao volume de leitoras e escritoras mulheres. Não à toa é chamado pejorativamente de “literatura de mulherzinha”. Acredito que há não apenas esse processo externo, mas também uma autocensura ao não se falar desses livros fora do fandom.

Se nós mulheres estamos acostumadas a nos identificarmos com protagonistas homens, ler histórias com foco na realidade masculina, o inverso não é tão usual. Conforme Jenkins (2015, p. 126), na filosofia educativa do século XX, a menina é “ensinada a atribuir sentido a narrativas centradas em homens, enquanto os meninos só eram ensinados a desvalorizar histórias centradas em mulheres”. Atualmente, podemos acompanhar esse fato em outros conteúdos midiáticos. Ao apresentar uma ontologia do que é um “bom fã”, Busse (2013) observa que comportamentos entendidos como femininos e masculinos recebem diferentes atributos. O masculino é visto como ativo, intelectual, agressivo e objetivo, já o feminino

como passivo, emocional, sensível e subjetivo. E quando a sexualidade é abordada, o masculino é entendido como viril e saudável, já o desejo feminino é visto como inapropriado e histérico, como demonstram as reações que sofrem fandoms como os das séries do subgênero Young Adult “Crepúsculo”, de Stephenie Meyer, ou o Romance erótico “Cinquenta Tons de Cinza”.

Há um preconceito dentro do fandom com os Romances de banca, conhecidos pela baixa qualidade do papel e capas com torsos masculinos e decotes expostos, com preços baixos, vendidos em bancas de jornais e associados a mulheres de classes mais baixas. Durante a Convenção de Romance de época, por exemplo, acompanhei uma discussão em que uma leitora não aceitava que a autora estrangeira tinha tido seu livro vendido em bancas, como se fosse algo menor. Ela só aceitou quando a outra mostrou a edição, silenciando-a.

Devido ao protagonismo feminino nos enredos e de personagens consideradas “mulheres fortes”, muitas leitoras defendem que o Romance tem um viés feminista, por retratar a realidade da mulher, seus problemas e desafios, e sua superação. Há títulos em que as heroínas iniciam o enredo sem buscar pelo amor ou o desejo de casar, pois estão focadas em seus trabalhos ou outros aspectos de vida. Há heróis que fogem do estereótipo negativo masculino, aparecendo como homens que irão ajudar a heroína, apoiá-la. Na bibliografia sobre Romance há muita discussão sobre o tema, enquanto autoras como Radway (1984) defendem que o gênero é um reforço do patriarcado, outras como Regis (2007), acreditam que há um viés feminista pois o amor nessas histórias representa a liberdade feminina⁸.

Sobre a sexualidade feminina e a quebra de mitos do senso comum, a afirmação de que homens são mais visuais do que mulheres pode ser contestada ao se observar o fandom de Romance. A sexualidade e desejo pelo sexo masculino aparece não apenas nos livros e capas, mas também nas discussões e, quando online, representadas através de diversas imagens (fotos, vídeos, gifs) com homens aparecendo nus ou seminus, em poses sensuais, em conteúdos sexys e mesmo cômicos. Seja do corpo masculino inteiro, ou apenas em partes, como sua genitália. Além disso, é comum o uso de imagens de atores famosos para ilustrar os heróis dos enredos. Os modelos de capa em específico também

⁸ Creio que generalizações são perigosas. A trajetória histórica do Romance de certa forma acompanha as consequências da trajetória do movimento feminista. Um gênero tão colado ao seu contemporâneo reflete a realidade feminina de sua época. Por exemplo, sexo entre casal não casado não era comum até os anos 1970. Atualmente, o sexo é uma questão de estilo de escrita da autora e os subgêneros e temas podem apresentar uma variedade de estilos sexuais, tabus ou não.

obtem suas fãs. É possível acompanhá-los em vídeos nos canais das booktubers e mesmo entrevistas em blogs dedicados ao Romance.

O entendimento do Romance como uma literatura pop também se deu devido ao notável consumo das fãs de conteúdos midiáticos que formam a cultura pop nacional e internacional. Como exemplo, pude acompanhar muitas fãs discutindo as telenovelas em exibição na TV e Netflix, tanto brasileiras quanto mexicanas, turcas e asiáticas. As sul-coreanas, por exemplo, chamadas de K-Dramas ou doramas, em específico, chamaram-me a atenção em especial, pois encontrei até o caso de “O Príncipe Coreano”, da brasileira Mia Antiere, um Romance cuja capa apresenta a seguinte informação “inspirado em doramas”, comprovando o apelo junto às leitoras. Mas as fãs também consomem histórias em quadrinhos, músicas, séries e filmes que fazem sucesso na cultura pop. Como foi mostrado anteriormente, elas também buscam outros gêneros como Fantasia e Ficção Científica. Entretanto, o romance, ou seja, a história de amor, é muito central no fandom, dando o duplo sentido das fãs de Romance, tanto para o gênero literário quanto para o tema.

CONCLUSÃO

Neste artigo, busquei apresentar características do fandom de Romance no Brasil encontradas a partir da investigação para a tese de doutorado. Com uma abordagem quanti-qualitativa, combinei as observações e entrevistas de viés etnográfico com a aplicação de questionário online.

O fandom de Romance é marcado pelo feminino, pelo protagonismo de mulheres (escritoras, leitoras, heroínas), com alto nível de escolaridade. As fãs brasileiras são ávidas leitoras, que valorizam a estética visual dos livros, além dos estilos de escritas das escritoras, temas e subgêneros. A maioria é jovem, vive no espaço urbano, frequenta eventos voltado para o gênero, e muitas realizam suas leituras no transporte público na ida para o trabalho ou local de estudo. Ao mesmo tempo que acompanham os últimos lançamentos do mercado editorial, estão atualizadas quanto aos demais conteúdos midiáticos da cultura pop em geral. Nos espaços de discussão voltados para o Romance conversam sobre títulos, autoras, personagens, divulgam dicas de leituras, divulgam títulos e links para baixar livros gratuitamente, avisam sobre descontos, promoções, fofocas e escândalos do fandom e mercado e demais conteúdos relacionados ao gênero. Mas também, nesses grupos há conversas sobre questões cotidianas das mulheres

participantes tais como suas relações amorosas, sexualidade, as características desejadas ou não em parceiros, desabaços sobre o trabalho ou estudos, dicas relacionadas com os filhos, entre vários outros tópicos que podem surgir.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANGROSINO, M. **Etnografia e observação participante**. São Paulo: Artmed editor, 2009.
- BUSSE, K. *Geek hierarchies, boundary policing, and the gendering of the good fan*. *Journal of Audience & Reception Studies*, vol. 10, nº 1, maio, 2013, p. 73-91.
- CARLOS, G. S. **Fandom e mercado literário: um mapa das mediações das fãs de romance no contexto brasileiro**. Tese de Doutorado no curso de pós-graduação em Comunicação. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2019.
- DANESI, M. *Popular culture: introductory perspectives*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2012.
- GEORGAKOPOULOS, F. **Sou fã! E agora?** São Paulo: Seguinte, 2016.
- HINE, C. *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*. London: Bloomsbury Publishing, 2015
- JENKINS, H. **Invasores de Texto**. Rio de Janeiro: marsupial, 2015.
- INSITUTO PRÓ-LIVRO. **Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil – 4ª edição**. São Paulo, 2016. Disponível em: <http://prolivro.org.br/home/atuacao/28-projetos/pesquisa-retratos-da-leitura-no-brasil/8042-downloads-4eprlb>.
- PERRONE-MOISÉS, L. **Mutações da literatura no século XXI**. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.
- RADWAY, J. *Reading the romance*. The University of Caroline Press, 1984.
- REGIS, P. *A Natural History of the Romance Novel*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2007.
- ROACH, C. M. *The happily ever after: the romance story in popular culture*. Bloomington: Indiana University Press, 2016.
- THORNTON, S. *Club Cultures*. Cambridge: Polity Press, 1995.
- WOO, B. *A pragmatics of things: Materiality and constraint in fan practices*. In: Transformative Works and Cultures. V. 16, 2014. Disponível em: <<http://testjournal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/495/437>>.
- SODRÉ, M. **Best-seller: A Literatura de Mercado**. 2ª ed. São Paulo: Ática, 1988.