

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL

FLAVIA AZOLIN DA SILVA

**UNIVERSOS COMPARTILHADOS: *FOLKCOMUNICAÇÃO* NAS COMUNIDADES
DE FÃS DE “GOOD OMENS” E “HANNIBAL” NO *TWITTER***

**CAXIAS DO SUL
2021**

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE JORNALISMO**

FLAVIA AZOLIN DA SILVA

**UNIVERSOS COMPARTILHADOS: *FOLKCOMUNICAÇÃO* NAS COMUNIDADES
DE FÃS DE “GOOD OMENS” E “HANNIBAL” NO *TWITTER***

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
como requisito para obtenção de grau de Bacharel
em Jornalismo na Universidade de Caxias do Sul
Orientadora: Prof^ª. Ma. Marliva Vanti Gonçalves.

**CAXIAS DO SUL
2021**

FLAVIA AZOLIN DA SILVA

**UNIVERSOS COMPARTILHADOS: *FOLKCOMUNICAÇÃO* NAS COMUNIDADES
DE FÃS DE “GOOD OMENS” E “HANNIBAL” NO *TWITTER***

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
como requisito para obtenção de grau de Bacharel
em Jornalismo na Universidade de Caxias do Sul
Orientadora: Prof^ª. Ma. Marliva Vanti Gonçalves.

Banca examinadora:

Prof^ª. Ma. Marliva Vanti Gonçalves
Universidade de Caxias do Sul - UCS

Prof^ª. Dr^ª. Ivana Almeida da Silva
Universidade de Caxias do Sul - UCS

Prof. Dr. Marcell Bocchese
Universidade de Caxias do Sul - UCS

Dedico este trabalho ao meu pai, Flávio Gonçalves da Silva e à minha mãe, Rozane Azolin da Silva, que me amaram e apoiaram em cada segundo dessa jornada. Essa vitória é de todos nós. Amo vocês demais!

AGRADECIMENTOS

Eu gostaria de agradecer primeiramente a Deus, pois sem Ele esse TCC nunca teria sido possível. Na verdade, é a Cristo que eu atribuo todas as minhas vitórias. Habitar em Seu amor, em Sua misericórdia e em Sua paz, que não é como a paz que o mundo dá, é a única candeia que me guia mesmo nos momentos de maior escuridão. Durante todo o processo de escrita deste TCC o amor de Deus se revelou de forma fenomenal e esplêndida em minha vida, tornando em alegria mesmo os momentos onde eu temia que tudo desmoronasse.

Não há alguém que eu possa agradecer mais do que a Ele. Nem se escrevesse por toda a eternidade eu seria capaz de abarcar em palavras o quão digno de toda a honra é o Senhor. Ainda assim, eu quero honrá-lo com a minha vida, e minha vida está nas palavras. Onde eu usá-las, eu quero ser capaz de usar com amor, vivendo, escrevendo e falando cada dia mais como se falasse para Jesus, para honrar ao nome Dele.

O processo de escrita deste TCC foi verdadeiramente milagroso. Em momentos onde parecia impossível haver saída, Jesus me levou em um caminho onde tudo se resolvia. E eu não posso deixar de agradecer as pessoas que fizeram parte deste caminho. Meus pais, que estiveram comigo o tempo todo e que me apoiaram de uma forma fenomenal.

Meu pai, Flávio, que desde que eu era pequena me segurou quando eu pulava do muro da nossa casa em São Borja. Obrigada por me dar a coragem para saltar em direção aos meus sonhos, sabendo que tu está lá para me apoiar e me impulsionar sempre mais alto. Desde que eu era pequena tu teve interesse em ler as coisas que eu escrevia, e também as que eu gostava de ler. Tu sabia até o prato preferido da Katniss. Tu sempre foste meu companheiro de leituras e escritas. Hoje eu te dedico este trabalho, que é a culminação do meu amor pela escrita e também pela leitura.

Minha mãe, Rozane, que ama com um amor gigantesco, maior do que ela mesma. Obrigada por sempre zelar por mim, por nunca me abandonar e por me lembrar qual o caminho, a verdade e a vida nos momentos em que eu me sinto perdida. Obrigada pela paciência nos meus momentos de desespero, pela dedicação a me ajudar a completar esse trabalho, por ser minha companhia vendo as minhas séries (mesmo não gostando) e por me ouvir tagarelar por horas, no último volume, sempre que eu gosto de alguma coisa. Também dedico a ti este trabalho, que é a versão escrita do meu “papo brabo” a todo vapor.

Toda a minha vitória é de vocês também, porque foi o amor de vocês por mim que me permitiu chegar até aqui. Vocês me acompanharam, me incentivaram e me abraçaram em todas as horas. Vocês riram comigo, mas também me viram chorar quando eu não sabia mais

o que fazer. E agora comemoramos juntos a finalização deste trabalho, que vai carregar para sempre o meu amor por vocês.

Agradeço também à minha orientadora, a professora Marliva, que viu na minha ideia o potencial para esta pesquisa pela qual eu me apaixonei, que me mostrou o caminho e me ajudou a estruturar mesmo os meus pensamentos mais confusos. Obrigada professora, pois sem o seu olhar, sua atenção e seu cuidado este trabalho nunca teria sido possível. Obrigada por acreditar nessa ideia e me ajudar a defendê-la. Eu vou levar essa pesquisa no meu coração por toda a minha vida.

Não poderia deixar de agradecer aos meus amigos e familiares que, com seu amor e carinho, sempre se preocuparam comigo. Mesmo aqueles que não sabiam exatamente do que se tratava este trabalho, vocês nunca deixaram de zelar por mim. O amor de vocês me motiva a dar sempre o meu melhor!

Obrigada à minha prima Ana Paula, que sempre me ouviu e me apoiou em todos os momentos, me lembrando de confiar no Senhor e entregar tudo a Ele. Obrigada ao meu primo Rodrigo, figura que esteve muito presente durante o TCC 1, me fazendo rir e me lembrando que existia um mundo fora da tela do computador.

Obrigada aos meus grandes amigos que sempre me motivaram: Emili, te admiro muito e sei que serás uma grande pesquisadora na área que tu ama, obrigada por dividir comigo o amor pelos livros; Wesley, que sempre se interessou pela minha pesquisa, ouviu minhas ideias e dúvidas, compartilhou “memes” esquisitos de Hannibal comigo e sempre se dedicou a ser um amigo querido e fiel. Obrigada por me acompanhar com empolgação nas minhas “viagens na maionese”.

Hilgon, que me motivou desde quando este trabalho era só uma ideia. Nós dividimos nossas nerdices há mais da metade da minha vida e digo sem hesitar que, quando escrevo um trabalho querendo valorizar as comunidades de fãs, o maior fã que eu conheço também está por trás dessa motivação. Nossa amizade marcou o ponto da minha vida onde eu percebi que não estava sozinha nas coisas que eu gostava, e esse sentimento está comigo até hoje.

Não poderia deixar de agradecer meus amigos e parceiros da faculdade. Tônia, com quem eu dividi um neurônio o curso inteiro. Obrigada minha amiga, pelo teu apoio incessante e por eu sempre poder contar contigo. Tenho certeza que tu farás grandes coisas na tua vida. Júnior, com quem eu compartilhei lágrimas, risadas, alegrias e raivas, e com quem até os momentos difíceis eram leves. Mariana, a amiga que Jesus colocou no meu caminho e com

quem eu compartilhei uma cumplicidade inexplicável desde a primeira semana. Vocês são parte da minha trajetória acadêmica, mas também da minha vida.

E falando em trajetória acadêmica, não poderia deixar de falar da minha maior dupla nessa jornada toda. A pessoa que esteve comigo nos altos e baixos da caminhada universitária, mas também da vida como um todo. Que chorou comigo, riu comigo e às vezes riu enquanto eu chorava. Que estava lá no “miojo flamejante”. Que sofreu hostilidades junto comigo jogando “Pokémon Go”. Que me deu os melhores *funkos* do mundo. Que me mandou as ideias mais estranhas de *fanfics*. Obrigada Vitor, a sua coragem de colocar uma *fanart* de Hannibal no próprio currículo me deu coragem para colocar algumas no meu TCC também. Mas mais do que isso, sem a sua amizade, eu ainda seria uma menina chorando com a aba do Premiere aberta. Obrigada por ter estado lá por mim!

Por último, mas não menos importante, eu quero agradecer às comunidades de fãs, tanto as de Hannibal e de Good Omens, quanto aos *fandoms* no geral. Eu lembro de ter 11 anos e encontrar as páginas de fãs de Percy Jackson e Jogos Vorazes no Facebook e a perspectiva de interagir com pessoas que gostavam tanto daqueles livros quanto eu foi esplêndida. Eu senti que uma forma muito específica de solidão se apartou de mim quando descobri esse novo mundo e, como fãs, bem sabemos quantas obras lindas e sensíveis estão por aí, na *internet*, sem receberem metade da valorização que deveriam.

As séries, filmes, livros e artistas nos unem, mas é um sentimento muito maior que sustenta essas comunidades. Conexões e criações que excedem o ato de ser fã e transbordam ao estado de ser humano. Espero que este trabalho seja uma forma de registrar o quão especial pode ser a união de pessoas e ideias que foram cativadas por uma obra. Espero que nenhum de nós esqueça a beleza por trás da essência das comunidades de fãs — amamos uma arte e, a partir dela, fazemos coisas incríveis, não apenas por nós mesmos, mas uns pelos outros. Que esse amor, de uma forma ou de outra, sempre nos acompanhe!

*A ciascun' alma presa e gentil core
nel cui cospetto ven lo dir presente,
In cia che mi rescivan suo parvente,
salute in lor signor, cioe Amore.*

Dante's Vita Nuova

RESUMO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso tem por objetivo analisar o discurso das obras artísticas produzidas pelas comunidades de fãs das séries “Good Omens” e “Hannibal” na rede social *Twitter* e sua relação com a teoria da *Folkcomunicação*. A questão norteadora desta pesquisa é: “Como as obras produzidas por comunidades de fãs nas redes sociais se relacionam com a teoria da *Folkcomunicação*?”. A base teórica deste estudo traz temas como *Folkcomunicação*, jornalismo, ciberespaço e cibercultura, comunidades virtuais, redes sociais e comunidades de fãs. Este trabalho é uma pesquisa qualitativa e bibliográfica que utilizou como metodologia a Análise de Conteúdo por Bardin (2011) e a Análise do Discurso. As obras artísticas analisadas foram extraídas das comunidades de fãs de “Good Omens” e “Hannibal”.

Palavras-chave: *Folkcomunicação*. Jornalismo. Ciberespaço. Comunidades de Fãs.

ABSTRACT

The present undergraduate final paper aims to analyze the discourse of the artistic works produced by the fan communities of the shows “Good Omens” and “Hannibal” in the social network *Twitter* and their relation with the theory of the *Folkcommunication*. The guiding question of this research is: “How the works produced by fan communities in social networks relate with the theory of the *Folkcommunication*?”. The theoretical basis of this study brings themes such as *Folkcommunication*, journalism, cyberspace and cyberculture, virtual communities, social networks and fan communities. This paper is a qualitative and bibliographical research that used as methodology the Content Analysis by Bardin (2011) and the Discourse Analysis. The artistic works analyzed were extracted from the fan communities of “Good Omens” and “Hannibal”.

Key words: *Folkcommunication*. Journalism. Cyberspace. Fan Communities.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Neil Gaiman interage com fã no <i>Twitter</i>	62
Figura 2 - <i>Print</i> de publicação de Bryan Fuller	64
Figura 3 - <i>Tweet</i> de Burgess explicando motivação para arte.....	68
Figura 4 - Página informativa sobre assexualidade	69
Figura 5 - Primeiro quadro da página contendo relato sobre assexualidade	70
Figura 6 - Segundo quadro da página contendo relato sobre assexualidade	71
Figura 7 - Terceiro quadro da página contendo relato sobre assexualidade	72
Figura 8 - Quarto quadro da página contendo relato sobre assexualidade.....	72
Figura 9 - Quinto quadro da página contendo relato sobre assexualidade.....	73
Figura 10 - Primeiro quadro da página contendo relato e <i>fanart</i>	74
Figura 11 - Segundo quadro da página contendo relato e <i>fanart</i>	74
Figura 12 - Terceiro quadro da página contendo relato e <i>fanart</i>	75
Figura 13 - Quarto quadro da página contendo relato e <i>fanart</i>	76
Figura 14 - Quinto quadro da página contendo relato e <i>fanart</i>	77
Figura 15 - <i>Fanart</i> de Nolasco	81
Figura 16 - <i>Fanart</i> de Nolasco	82
Figura 17 - <i>Fanart</i> de Francis.....	83
Figura 18 - <i>Fanart</i> de Francis.....	84
Figura 19 - Trecho de <i>fanfic</i>	90
Figura 20 - Capa da <i>fanfic</i>	90
Figura 21 - Arte da <i>fanfic</i>	91
Figura 22 - <i>Fanart</i> de “hannigram”	92
Figura 23 - <i>Fanart</i> de “hannigram”	93
Figura 24 - <i>Fanart</i> de Will Graham como Perséfone	94

LISTA DE SIGLAS

LGBTQ+ - Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgêneros, *Queer* e mais

a.C. - Antes de Cristo

d.C. - Depois de Cristo

ARPA - Agência de Projetos de Pesquisa Avançada

ARPANET - Advanced Research Projects Agency Network

EUA - Estados Unidos da América

NSFNET - National Science Foundation Network

SEI - Secretaria Especial de Informática

AU - *Alternative universe*

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
2 FOLKCOMUNICAÇÃO	21
2.1 A FOLKCOMUNICAÇÃO E SUA RELAÇÃO COM O MARXISMO	21
2.1.1 Comunicação e cultura: as massas e o popular	23
2.1.2 Os grupos marginalizados.....	27
2.2 FOLKCOMUNICAÇÃO E ARTE.....	30
2.3 UM HISTÓRICO SOBRE A TEORIA DA FOLKCOMUNICAÇÃO.....	34
3 JORNALISMO	36
3.1 JORNALISMO E OPINIÃO PÚBLICA.....	36
3.2 COMO SE CARACTERIZA O JORNALISMO?.....	37
3.3 COMO SE CARACTERIZA O JORNALISTA?	39
3.4 COMO SE CARACTERIZA A NOTÍCIA?	42
3.5 A HISTÓRIA DO JORNALISMO	43
3.5.1 A história do jornalismo no Brasil.....	44
3.6 DESAFIOS DA PROFISSÃO JORNALÍSTICA	46
4 COMUNIDADES DE FÃS NAS REDES SOCIAIS	48
4.1 COLETIVIDADES E MEIOS DE COMUNICAÇÃO.....	48
4.2 CIBERCULTURA E CIBERESPAÇO.....	49
4.2.1 O que é a <i>internet</i> ?	50
4.2.2 Redes sociais e comunidades virtuais	52
4.3 COMUNIDADES DE FÃS	55
4.3.2 O fascínio, a frustração e o feminismo nos <i>fandoms</i>	57
4.4 “INEFFABLE FANDOM”: A COMUNIDADE DE FÃS DE “GOOD OMENS”	60
4.4.1 A história da série “Good Omens”	62
4.5 “FANNIBALS”: A COMUNIDADE DE FÃS DE “HANNIBAL”	63
4.5.1 A criação de Thomas Harris	64
4.5.2 A criação de Bryan Fuller	66
5 METODOLOGIA	67
5.1 EXPLORAÇÃO DO MATERIAL E TRATAMENTO DOS RESULTADOS	67
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	100
REFERÊNCIAS	105
APÊNDICE	112

1 INTRODUÇÃO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso tem como tema a teoria da *Folkcomunicação* e as comunidades de fãs nas redes sociais. Tal temática surgiu do entusiasmo pessoal da pesquisadora, que nutriu interesse por esses grupos desde muito cedo em sua vida. Essas comunidades foram um lembrete de que não estava sozinha em seus interesses e sonhos.

As obras produzidas pelas comunidades de fãs ajudaram a pesquisadora a manter-se em contato com suas paixões, mesmo depois que os livros ou as séries de televisão já haviam acabado. A teoria da *Folkcomunicação* só foi aparecer mais tarde, durante a vida acadêmica, quando a pesquisadora viu uma oportunidade de unir seu interesse pelo entretenimento e os estudos jornalísticos.

O tema é relevante, pois a relação entre a teoria da *Folkcomunicação* e as comunidades de fãs, principalmente no contexto das redes sociais, ainda é pouco explorada. De acordo com Hellekson e Busse (2014), os estudos acadêmicos sobre os fãs e suas obras não conseguiram acompanhar o rápido crescimento dessas comunidades. Dentro do campo do jornalismo, os estudos realizados a respeito do tema podem possibilitar a compreensão mais profunda sobre como o jornalismo poderá atender ao que Beltrão (2001) chamou de necessidade vital de comunicação dos grupos marginalizados.

Durante os anos em que esta pesquisadora interagiu com as comunidades de fãs, percebeu-se como os grupos que eram socialmente oprimidos usavam esses espaços para expressarem anseios não contemplados pelas mídias tradicionais. Por meio das artes produzidas pelos fãs, essas comunidades inseriam, nas histórias, personagens mais diversos do que aqueles que faziam parte do “cânone” oficial das obras que admiravam.

Pode-se refletir que, de certo modo, esses fãs “complementavam” as séries, filmes e livros por meio de suas visões de mundo. Dessa forma, a questão norteadora do presente Trabalho de Conclusão de Curso visa responder a seguinte pergunta: “Como as obras produzidas por comunidades de fãs nas redes sociais se relacionam com a teoria da *Folkcomunicação*?”.

De acordo com Luyten (1983 apud MELO, 2001), é possível entender a *Folkcomunicação* como um processo onde a comunicação se apresenta em um nível popular. O autor define popular como tudo aquilo que se relaciona com o povo. Para Beltrão (2001),

algumas das manifestações desse processo possuem um caráter jornalístico e podem servir como veículos para mudança social.

Ao formular sua teoria, Beltrão (1980) constatou que havia uma divisão que prejudicava o diálogo entre as elites e as massas. Não havendo possibilidade de um entendimento imediato ou direto, os grupos marginalizados precisavam encontrar formas de responder às mensagens que lhes eram transmitidas pelos meios de comunicação dominantes.

O autor usa o jornalismo como exemplo de uma dessas formas de resistência e afirma que, se as elites não atentarem para as manifestações comunicacionais das massas, a sua estrutura pode ser prejudicada. Beltrão (1980, p. 5) afirma também que, quanto à recepção da mensagem por parte dos grupos massivos, “(...) o órgão comunicador não pode deixar de apurá-la sob pena de cessar sua atividade única e essencial”.

Por isso, o jornalismo é a essência deste trabalho. Para Pena (2012), a sua natureza está no medo do desconhecido, que leva a sociedade à busca por profissionais que possam trazer informações de seu interesse. Beltrão (1960), enfatizando essa ideia, define o jornalismo como um elemento vital para a existência das coletividades, cuja atividade é informar aquilo que é de interesse público.

Rossi (2000) afirma que o jornalismo é uma batalha pelas mentes e corações dos leitores, que tem como foco central a coleta de informações que sejam precisas, acuradas e aprofundadas dentro do que for possível. O autor também destaca o quanto essa batalha pode influenciar a ação do público, citando como exemplo o período da ditadura militar no Brasil, que durou de 1964 até 1985 (GOMES, FERREIRA, 2014).

Outra temática primordial é a *internet*, meio de comunicação relativamente recente que, de acordo com Castells (2002, p 82), surgiu como resultado do trabalho de uma instituição de pesquisa chamada Agência de Projetos de Pesquisa Avançada (ARPA) do Departamento de Defesa dos Estados Unidos da América (EUA).

A *internet*, de acordo com Gonzáles (2014), inaugurou uma nova era da comunicação, onde a audiência tem a oportunidade de interatividade. Segundo a autora, a *internet* é um espaço em que informação, relacionamento, publicidade e entretenimento se misturam. Dessa forma, um novo meio de comunicação revolucionou as formas de relacionamento entre as pessoas e as informações.

O espaço aberto pela *internet*, denominado ciberespaço, também é assunto relevante para esta problematização. De acordo com Lévy (1999, p. 28), “o termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de

informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo”.

Dentro do ciberespaço, será estudada também a cibercultura. Santaella (2003, p. 31) afirma que “(...) a cultura é a parte do ambiente que é feita pelo homem”. O espaço advindo da *internet* é permeado também por uma nova cultura que se desenvolve juntamente com ele. Portanto, a cibercultura é descrita por Lévy (1999) como um conjunto de técnicas, valores, ideias e atos que se constroem juntamente com o ciberespaço.

Dentro da *internet*, surgem as redes sociais, que se apresentam através de representações (RECUERO, 2012). A autora explica que, nas redes *online*, os indivíduos e as conexões que fazem uns com os outros são sustentadas pelo sistema, diferentemente das comunicações fora do ciberespaço. Ou seja, o meio através do qual as relações construídas nas redes sociais se propagam é essencial para que elas sejam perpetuadas. A autora também considera que as redes sociais são um importante espaço por meio do qual as informações são compartilhadas.

Para Recuero (2012), as redes sociais acabam se constituindo como mídia por conta desse trânsito de informações entre sujeitos e coletivos. Um exemplo de coletividades no ciberespaço são as comunidades virtuais. Castells (2003) as descreve como comunidades baseadas na comunicação *online*.

Para Lévy (1999), as comunidades virtuais deram surgimento a novos grupos que antes do ciberespaço eram apenas potenciais e o campo de debates oferecido por essas comunidades é mais aberto, participativo e distribuído que o das mídias clássicas. Dentro das comunidades virtuais, o presente trabalho destaca as comunidades de fãs nas redes sociais.

De acordo com Duffett (2013), o fã é um entusiasta de alguma obra, produto ou pessoa que experiencia um sentimento profundo com relação a essa obra, produto ou pessoa. Ele é diferenciado do restante da audiência pelo seu comportamento com relação ao que admira. Para o autor, um grupo de fãs pode adotar uma linguagem e uma estética que o caracteriza.

Assim, unidos em uma experiência coletiva, esses indivíduos formam as comunidades de fãs, que podem ser definidas como um grupo de pessoas unidas em prol de um interesse comum, apropriando-se de conteúdos midiáticos, reinterpretando os mesmos de forma socializada e atuando independentemente da grande mídia (CASTELLS, 2003).

Este Trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo geral analisar o discurso das obras produzidas por comunidades de fãs das séries “Hannibal” e “Good Omens” na rede social *Twitter* e sua relação com a teoria da *Folkcomunicação*, com o jornalismo e com a

cibercultura. Parte-se da hipótese que a teoria da *Folkcomunicação* auxilia a compreensão de obras artísticas produzidas por comunidades de fãs nas redes sociais.

Dentro desta hipótese, têm-se como objetivos específicos conceituar e caracterizar “*Folkcomunicação*” e “comunidades de fãs”, bem como analisar as obras artísticas produzidas por comunidades de fãs nas redes sociais e entender como essas obras artísticas se relacionam com a *Folkcomunicação*.

Parte-se também da hipótese que as obras produzidas por fãs nas redes sociais podem ser consideradas manifestações artísticas de grupos marginalizados quando representam interesses desses grupos. Como objetivos específicos para estudar essa hipótese pretendem-se conceituar e caracterizar grupos marginalizados e relacionar como esses grupos estão inseridos em comunidades de fãs.

Pretende-se, ainda, compreender como as obras artísticas produzidas por esses grupos dentro das comunidades de fãs representam seus interesses e como o ciberespaço pode ser um meio para disseminação de obras que representam a arte popular e que divergem dos interesses dos grupos dominantes.

A terceira hipótese da qual parte esta problematização é a de que a compreensão da forma como grupos marginalizados usam o ciberespaço para compartilhar seus discursos é importante para que o jornalismo possa atender à necessidade de comunicação desses grupos.

Assim, objetiva-se relacionar o jornalismo e a necessidade de comunicação de grupos marginalizados e estudar como os grupos marginalizados usam o ciberespaço para compartilhar seus discursos. Pretende-se, ainda, apreender como o jornalismo pode comunicar as realidades de grupos culturalmente marginalizados através da compreensão das suas expressões em comunidades de fãs.

Por fim, a quarta hipótese sobre a qual este trabalho orienta-se é a de que as comunidades de fãs das séries “Hannibal” e “Good Omens” possuem obras artísticas cujo discurso abrange os interesses de grupos culturalmente marginalizados. Objetiva-se, portanto, analisar as comunidades de fãs das séries “Hannibal” e “Good Omens” através de observação de suas atividades na rede social *Twitter*, aliada à bibliografia sobre o tema. Pretende-se, também, entender como as obras artísticas produzidas pelas comunidades de fãs dessas séries possuem um discurso que abrange os interesses de grupos culturalmente marginalizados.

O Trabalho de Conclusão de Curso está estruturado de forma que seja possível compreender a conexão entre os assuntos que compõem a problematização. Assim sendo, o

primeiro capítulo consiste na presente introdução, que tem por objetivo apresentar os principais temas e elementos que constituem este trabalho.

O segundo capítulo aborda a teoria da *Folkcomunicação*, sua conceituação e sua relação com a arte e com a teoria do marxismo. Também são expostos os conceitos de cultura de massa, cultura popular e grupos marginalizados. Neste capítulo, são discutidos conceitos essenciais para a compreensão da teoria em si, e dos pressupostos que embasam o restante da problematização.

No terceiro capítulo o conceito de jornalismo é explanado, bem como temas essenciais para esse assunto, tais como as definições de notícia e as características da profissão jornalística. Os desafios do ofício jornalístico também são abordados nesta etapa da pesquisa.

O quarto capítulo trata a respeito das comunidades de fãs nas redes sociais. Conceitos como ciberespaço, cibercultura e *internet* são abordados, bem como temas que são relevantes para as reflexões relacionadas às comunidades virtuais e às comunidades de fãs. Nesta etapa da pesquisa também são apresentados os objetos de estudo.

No quinto capítulo é explanada a metodologia utilizada neste trabalho, cuja análise se dá através de uma pesquisa de caráter qualitativo. Minayo (2002, p.21) afirma que a pesquisa qualitativa “(...) se preocupa com um nível de realidade que não pode ser quantificado”. Para Demo (2012), a pesquisa qualitativa oferece como vantagem uma captação mais flexível da realidade.

De acordo com Minayo (2002, p.22), a pesquisa qualitativa “(...) aprofunda-se no mundo dos significados das ações e relações humanas, um lado não perceptível e não captável em equações, médias e estatísticas”. O presente trabalho, através desse caráter de pesquisa, tem por objetivo aprofundar-se nessas significações e ressignificações dentro de comunidades de fãs na *internet*.

O procedimento metodológico deste trabalho é a pesquisa bibliográfica. De acordo com Zanella (2013), esse procedimento tem como vantagem uma cobertura mais ampla e é relevante quando o problema de pesquisa requer dados muito dispersos. Os métodos do presente Trabalho de Conclusão de Curso são a Análise de Conteúdo, segundo Laurence Bardin (2011) e a Análise de Discurso.

De acordo com Bardin (2011), o método de Análise de Conteúdo está dividido em três fases: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados, inferência e interpretação. A fase de pré-análise é descrita pela autora como um período de organização, onde as ideias iniciais são sistematizadas e um plano de análise é formado.

Dentro dessa fase, a autora descreve algumas atividades como, por exemplo, a leitura “flutuante” (uma leitura breve dos conteúdos para selecionar quais são de maior utilidade para os estudos) e a escolha dos documentos. No presente trabalho, essa organização se deu através da seleção de material bibliográfico. Foram escolhidos livros, artigos, publicações *online*, algumas postagens em redes sociais que se relacionam com os objetos de estudos para serem analisadas, entre outros documentos. Ressalta-se que os objetos de estudo analisados na presente pesquisa consistem em obras produzidas pelas comunidades de fãs das séries “Hannibal” e “Good Omens” publicadas na rede social *Twitter*.

A segunda fase, intitulada por Bardin (2011) como exploração do material, consiste em aplicar sistematicamente as decisões tomadas na fase anterior. Dessa forma, as informações encontradas no período de pré-análise são organizadas em categorias.

Bardin (2011) afirma que essas categorias podem advir de um critério temático, sendo agrupadas sob um título genérico através de características comuns entre os elementos. Assim, no presente trabalho, as obras produzidas por comunidades de fãs analisadas são divididas em:

- Componentes explícitos das obras: nesta categoria os critérios são os elementos que compõem as obras, contendo as subcategorias “linguagem verbal” e “linguagem imagética”. Nelas, as obras são apresentadas e analisadas conforme a temática que o autor escolheu retratar, a imagem ou texto em si;
- Discurso implícito das obras: o critério de categorização são os significados que podem ser encontrados nas obras ou interpretados a partir delas. A presença de alegorias e o que elas implicam;
- Diálogo da comunidade de fãs: o critério de categorização é a relação entre discursos semelhantes em obras diferentes, ou seja, o diálogo entre componentes explícitos e implícitos das diferentes obras.

A terceira fase da Análise de Conteúdo é o tratamento dos resultados, inferência e interpretação. Nessa fase, Bardin (2011) afirma que os dados obtidos são interpretados e tratados de uma forma que se tornem significativos.

Os objetos de estudo também são observados conforme o método de Análise do Discurso. De acordo com Zanella (2013), esse método estuda a linguagem presente em textos escritos ou falados. Neste trabalho, o discurso também será analisado pelo viés estético com o

apoio de imagens. A autora afirma que a análise é dividida em etapas, sendo estas, a identificação do repertório, o isolamento das similaridades ou diferenças e a análise e o exame dos repertórios (aqui a autora afirma que devem ser analisados o texto e o contexto).

Segundo Sousa (2014, p. 92), o “(...) problema não é saber se um discurso tem ou não tem sentido. A questão da Análise de Discurso é saber como se produz discurso como efeito de sentido”. O autor apresenta alguns critérios conceituais de análise: o Interdiscursivo (o conjunto de formulações que atribuem múltiplos sentidos ao objeto, tornando-o efeito do discurso), o Imaginário (imagens do objeto projetadas a partir das posições da enunciação) e o Real (o objeto fora de qualquer ordem simbólica de determinação de sentido).

Esses critérios são aplicados nas categorias para compreender como os objetos analisados desencadeiam diferentes formações de sentido através do discurso. O critério Real é utilizado para analisar a primeira categoria. O critério Imaginário é utilizado na segunda categoria e o Interdiscursivo, na terceira. Por fim, no sétimo capítulo, são realizadas as considerações finais e uma reflexão sobre o tema no encerramento do trabalho.

As comunidades de fãs apresentam ao mundo acadêmico uma vasta gama de possibilidades de estudo e análise. Através das ponderações e observações realizadas sobre estes grupos é possível contribuir para a profissão jornalística. Isso porque, nas comunidades de fãs, grupos que muitas vezes não encontram espaço nas mídias tradicionais podem dar voz aos seus anseios e necessidades.

Para Beltrão (1960), é no compartilhamento de informações que as comunidades encontram impulsionamento para agirem. O autor afirma que o jornalismo deve incentivar o público a se levantar em busca de um bem comum. Daí a importância de compreender e estudar grupos que ainda se encontram à margem das mídias tradicionais.

Esses estudos contribuem para que os jornalistas possam atentar e aprender mais sobre as manifestações comunicacionais e artísticas de grupos culturalmente marginalizados. Por meio dessa compreensão, os jornalistas podem encontrar formas de melhor atender à necessidade de comunicação dessas comunidades.

Enquanto dialogam entre si, as comunidades de fãs criam histórias dentro de histórias e sonham com as obras que tanto admiram; abrem espaço para indivíduos que, muitas vezes, não se vêem representados nessas mesmas obras que os fascinam. Este trabalho visa contemplar uma pequena parcela desse universo imenso, atentando para os grupos que, em uma tentativa de se encontrarem, criam e expandem cada vez mais seus universos compartilhados.

2 FOLKCOMUNICAÇÃO

O presente capítulo propõe-se a apresentar a teoria da *Folkcomunicação*, baseada na tese de Luiz Beltrão, publicada em 1967. O primeiro subcapítulo realiza uma conexão entre a *Folkcomunicação* e a teoria do Marxismo, que foi usada por Beltrão como um importante alicerce na construção de suas reflexões.

Em seguida, o capítulo aprofunda as questões relativas às ideias de “massa” e “popular”, dois termos muito importantes para a *Folkcomunicação*. Outro tema de suma importância, os grupos marginalizados, é explanado na sequência. A conexão entre a teoria de Beltrão e a arte é discutida subsequentemente. Por fim, o último subcapítulo apresenta um histórico a respeito da teoria da *Folkcomunicação*, discutindo, também, o contexto em que a mesma surgiu.

2.1 A FOLKCOMUNICAÇÃO E SUA RELAÇÃO COM O MARXISMO

A *Folkcomunicação* consiste em um processo onde tanto os agentes quanto os meios estão ligados de alguma forma ao folclore (BELTRÃO, 2001). A palavra “folclore”, segundo Rocha (2009), foi conceituada pelo etnólogo William John Thoms, em 1848, como um saber tradicional do povo. Dessa forma, é possível compreender que a *Folkcomunicação* está diretamente ligada ao popular. Na verdade, Luyten (1983 apud MELO, 2001) afirma que a *folkcomunicação* é, de fato, a comunicação em um nível popular, e ressalta que popular deve ser compreendido como tudo aquilo que se refere ao povo.

De acordo com Zucon e Braga (2013), o termo “povo” não conta com apenas uma definição, podendo referir-se à população de um determinado país, à parte mais pobre dessa população, aos trabalhadores urbanos e rurais, etc. Para os autores, a distinção que virá a definir o termo vem da noção de classes populares, também chamadas pelos autores de classes sociais.

Henri Lefebvre (2016) afirma que as classes sociais e seus conflitos fazem parte das relações fundamentais da sociedade humana. Isso porque essas relações são baseadas na produção. O autor faz essas afirmações explicando a teoria do marxismo¹. Lefebvre (2016) esclarece que, para Karl Marx, toda a existência do ser humano é embasada pela produção (aqui, produção deve ser entendida, conforme o autor, como o resultado do relacionamento entre o homem e a natureza, que surge de uma necessidade de superar um estado animal).

¹ “O marxismo é o conjunto de ideias filosóficas, econômicas, políticas e sociais elaboradas primariamente por Karl Marx e Friedrich Engels e desenvolvidas mais tarde por outros seguidores” (SPEROTTO, 2010, p. 39).

Dentro da análise dos modos de produção, os conflitos entre as classes sociais estão acima de tudo e são “(...) a luta do homem contra o homem e a exploração do homem pelo homem que atraem atenção e se revelam como o fenômeno essencial” (LEFEBVRE, 2016, p. 72).

A história da humanidade está marcada, portanto, por esse conflito do homem contra o próprio homem. “A história de todas as sociedades até agora tem sido a história das lutas de classe²” (ENGELS, MARX, 2008, p. 8). Essa oposição ocorre entre duas classes específicas, e é ressaltada por Engels e Marx (2008), que afirmam que a sociedade está se dividindo cada vez mais em dois grandes grupos antagônicos, a burguesia e o proletariado.

Os teóricos definem a burguesia como uma classe que exerce dominação econômica e política. Em uma observação incluída por Engels (2008, p. 66) na edição inglesa do Manifesto do Partido Comunista, datada de 1888, o teórico afirma que os burgueses são os capitalistas modernos que detêm os meios de produção³ e fazem uso do trabalho assalariado.

Na mesma observação, os proletários são descritos como “os modernos trabalhadores assalariados que, não possuindo meios próprios de produção, dependem da venda de sua força de trabalho⁴ para sobreviver”. Segundo Sperotto (2010), na óptica do marxismo, praticamente toda sociedade está dividida entre a classe dominada e a classe dominante (que domina direta ou indiretamente o Estado).

O termo “dominação” (aquela exercida pela burguesia) é descrito por Max Weber (1999, p. 139) como “a probabilidade de encontrar obediência para ordens específicas (ou todas) dentro de um determinado grupo de pessoas”. O autor destaca que existem diferentes tipos de dominação, e que o termo não significa especificamente que há a possibilidade de exercer poder e influência em todo o caso, e sim que a ideia de “dominação” pressupõe a existência de uma relação de autoridade e submissão entre dois elementos.

Essa autoridade não é sempre acompanhada de meios econômicos e, embora Weber (1999) destaque que a vontade de obedecer está presente de alguma forma, em alguns casos essa relação de domínio pode não ser explícita. O autor afirma, entretanto, que todas as formas de dominação procuram estabelecer sua legitimidade, e cultivar a crença nela.

No caso da dominação acompanhada de alguma influência, Weber (1999, p.141) afirma que “(...) o âmbito da influência com caráter de dominação sobre as relações sociais e

² “Luta de classes” foi o termo atribuído por Marx e Engels para descrever o confronto entre a burguesia, que consideravam ser os opressores, e o proletariado, que consideravam ser os oprimidos (SPEROTTO, 2010).

³ Elementos necessários para o processo de trabalho, os meios de produção são os fatores objetivos, enquanto a força de trabalho consiste nos fatores pessoais (MARX, 1990).

⁴ As habilidades físicas e mentais que fazem parte da forma física e da personalidade de um ser humano, e que ele coloca em prática durante a produção (MARX, 1990).

os fenômenos culturais é muito maior do que parece à primeira vista” e que, além de afetar os bens culturais (como a linguagem, por exemplo), essa autoridade interfere na formação do caráter dos indivíduos que estão sob ela. O autor usa a dominação exercida pela escola como exemplo, pois ela define a linguagem que será considerada ortodoxa mas, para além disso, será determinante na formação pessoal dos indivíduos.

A divisão entre grupos dominantes e dominados afeta a comunicação social. Para Beltrão (1980), os meios de comunicação encontram, na dicotomia entre classes, uma grande ruptura. O autor explica que a sociedade está dividida entre dois grupos opostos, que ele descreve como “grupos organizados” e “não-organizados”.

O primeiro, segundo Beltrão (1980, p.2) “(...) constituem o que se convencionou chamar *elite* — que detém o poder econômico, exercem a dominação cultural e o controle político”. O segundo grupo, descrito pelo autor como os "não-organizados", refere-se à massa, seja ela urbana ou rural, de baixa renda, que se encontra excluída da cultura erudita e das atividades políticas.

Os indivíduos que fazem parte dessa elite descrita por Beltrão (1980) usufruem de uma posição de privilégio tanto econômica quanto cultural, pois não apenas os seus empreendimentos econômicos são vantajosos, como também conseguem captar e decodificar as mensagens dos meios de comunicação definidos pelo autor como “massivos”. Essa massa, que não possui os privilégios econômicos, políticos e culturais da elite, encontra-se excluída do processo de comunicação, estando, portanto, à margem dele.

Para Dias (2010, p.70), o termo “massa” se refere a um “aglomerado heterogêneo de indivíduos que são tratados de forma homogênea pelos meios de comunicação”. O autor afirma que esse conceito está essencialmente relacionado com a industrialização. A Revolução Industrial, no século XVIII, foi um dos fatores que condicionou a formação da cultura de massas. Cultura esta que é definida por produtos que não são feitos por aqueles que os consomem.

2.1.1 Comunicação e cultura: as massas e o popular

De acordo com Fernandes et al. (2013, p.1), “a folkcomunicação tem como objeto de estudo a comunicação por intermédio de artifícios populares, ou seja, a mistura da tradição popular e dos acontecimentos históricos com o contexto massivo”. Os autores destacam a importância de relacionar o popular com a comunicação de massa.

Para dissertar-se sobre comunicação de massa e comunicação popular, importa que primeiro se discuta o conceito de comunicação. Beltrão (1980) afirma que a comunicação é um processo pelo qual os seres humanos trocam informações, ideias e sentimentos. O autor considera esse processo essencial para que a espécie humana e a sociedade sejam aperfeiçoadas.

Para Rüdiger (2011), a comunicação está por toda parte, e representou, desde a Antiguidade, um fundamento básico para a sobrevivência do Homem. Ele afirma que a comunicação constitui um processo social primário, de troca de informações entre os seres humanos. Os aparatos através dos quais esse processo ocorre são, segundo o autor, os meios de comunicação.

Para Beltrão (1980, p.3), o crescimento dos grupos que compõem a sociedade resultou em uma limitação da “(...) comunicação direta, pessoal, cara a cara, que permite o diálogo com suas reações imediatamente constatadas, tornou-se limitada, de efeitos lentos e restritos”. O autor explica que na comunicação interpessoal, o receptor se torna também um comunicador na medida em que responde diretamente à mensagem (mesmo nos casos em que a comunicação é mediada por meios eletrônicos). O comunicador individual também tem interesses pessoais dentro do processo, mesmo quando fala para vários ouvintes. Segundo o autor, essa comunicação passou a ser substituída pela comunicação de massa.

De acordo com Paxon (2010, p.3),⁵, a comunicação de massa se refere a uma comunicação “(...) with many people, perhaps millions of people, often simultaneously”. Para o autor, a comunicação de massa tem mais a ver com quantidade do que com qualidade, diferindo do princípio da comunicação interpessoal. Ela atinge mais pessoas, mas segue as características explanadas por Dias (2010) a respeito do conceito de “massa” e da comunicação voltada às massas, ou seja, um tratamento homogêneo dos indivíduos.

Para Beltrão (1980), na comunicação de massa o comunicador é uma instituição que não fala para um indivíduo ou um grupo de indivíduos específicos, e sim para quem prestar atenção. Não há pessoalidade no processo, que é marcado por uma unilateralidade técnica. Entretanto, os receptores não deixam de responder a essa comunicação, porém, eles não respondem através do diálogo e da discussão, e sim, da ação. O autor ressalta que, para que essa resposta seja possível, os receptores precisam procurar outros meios de se manifestarem.

Na comunicação interpessoal, a resposta é imediata, e pode ser constatado com facilidade, o que não acontece na comunicação de massa. Por conta dessa busca por meios

⁵ “Por comunicação de massa, queremos dizer comunicar-se com muitas pessoas, talvez milhões de pessoas, frequentemente de forma simultânea”(PAXON, 2010, p.3, tradução nossa).

alternativos para manifestação de respostas, o comunicador de massa precisa investigar de que forma os seus receptores estão correspondendo às mensagens enviadas. Daí a necessidade de compreender esses processos. Quando disserta sobre essa necessidade, Beltrão (1980) usa o jornalismo para exemplificar a importância da investigação de respostas alternativas.

E para que seja possível que os meios de comunicação que falam diretamente com as massas subsistam, é preciso compreender como os indivíduos que fazem parte dessas massas estão correspondendo às mensagens. As formas por meio das quais os veículos de comunicação podem obter essas respostas dos grupos de massa serão abordadas no Capítulo cinco.

Dessa forma, é possível considerar que os grupos massivos apresentam dificuldade para responder de forma direta às informações que lhes são transmitidas, pois a comunicação de massa não possibilita o mesmo tipo de troca de mensagens que a comunicação interpessoal oferece. Uma das possibilidades de resposta para esses grupos é a arte; outra é a tecnologia. Ambas serão abordadas mais adiante.

A partir da comunicação de massa surge a cultura de massa. Antes, porém, de debater-se sobre a cultura de massa em específico, convém dissertar sobre o conceito de cultura. Santaella (2003, p. 31) afirma que “(...) a cultura é a parte do ambiente que é feita pelo homem”. Para a autora, essa afirmação ressalta a duplicidade da existência humana, que se passa tanto num contexto natural quanto no seu ambiente social.

A cultura inclui todos os derivados da aprendizagem consciente em grupo, e também os processos de condicionamento, usando como exemplo os modos padronizados de conduta, as crenças e as técnicas, sejam elas sociais ou institucionais.

A ideia de “cultura” é definida por Eagleton (2011) como um conceito que foi transformado com o passar do tempo. O autor afirma que essa ideia simboliza uma natureza que fornece subsídio para o surgimento de diversas questões filosóficas fundamentais que resultam na transcendência dessa própria natureza. Eagleton (2011) também explica que a existência de uma cultura envolve a liberdade para a criação de regras que não necessariamente se aplicam às demais culturas.

Santaella (2003) ainda afirma que a cultura de massas surgiu com o jornal, a fotografia e o telégrafo, foi acentuada com o surgimento do cinema, uma mídia feita para o consumo coletivo, e solidificada com a televisão. Conforme Dias (2010, p. 71), a “(...) cultura de massas é o produto da indústria cultural”.

Adorno (2001) escreve que possivelmente a primeira vez que empregou-se o termo “indústria cultural” foi em um de seus estudos juntamente com Horkheimer, onde discutiam a cultura de massas. Eles optaram por substituir uma expressão pela outra, pois queriam destacar que a “indústria cultural” não surge espontaneamente dentro das massas e sim por força de uma elite que detém os meios de produção e procura “dominar”.

Adorno (2001) afirma que todos os produtos da indústria cultural são especificamente pensados para o consumo das massas. Os indivíduos que fazem parte dessas massas são, segundo o autor, não os sujeitos para quem a indústria cultural se direciona, e sim objetos dela, cujas reações e pensamentos ela especula.

Diante disso, Mauro Wolf (1999) ressalta que os gostos do público e suas necessidades resultam em estereótipos. Nesse caso, o indivíduo não decidiria mais de forma autônoma, pois passaria a ser manipulado pela indústria, que o guiaria e disciplinaria. De acordo com Santaella (2003, p. 79), “(...) por estar rodeado de redes de difusão midiática, preso num mundo feito pelas indústrias da consciência, o homem de massa foi homogeneizado e bastante despersonalizado”.

Essa massa, que se encontra à margem dos processos de comunicação estabelecidos pelos grupos organizados, têm na comunicação popular uma oportunidade de expressar suas respostas ao processo massivo ao qual é submetida. De acordo com Beltrão (2001), os meios de comunicação popular muitas vezes contêm os pensamentos da massa. É o processo de *Folkcomunicação* que possibilita essa intermediação, onde os indivíduos pertencentes à massa se utilizam da comunicação popular como alternativa para responderem às mensagens que os veículos dominantes lhes direcionam.

José Marques de Melo (2007, p. 48) afirma que a *Folkcomunicação* tem adquirido cada vez mais importância por conta de “(...) sua natureza de instância mediadora entre a cultura de massa e a cultura popular”. Paviani (2003) destaca que a massa é um elemento passivo, o que a difere do povo, e de todos os produtos que advém desse mesmo povo, pois este é um elemento criativo. A massa, conforme visto anteriormente encontra novas formas de responder à comunicação que lhe é direcionada pelos veículos tradicionais de comunicação, e a cultura popular e seus elementos, conforme Beltrão (2001) podem ser um desses caminhos. Desse modo, a massa pode, nas brechas da cultura midiática disponível à sua época, transformar-se em povo. O movimento contrário também pode acontecer como descrito a seguir.

De acordo com Dias (2010), a origem da expressão “cultura popular” advém da Europa da Idade Média (400-1500 d.C.) (MENDONÇA, Andreia et al. (trad.), 2012)), referindo-se à uma ideia de oposição à cultura dominante, ou cultura das elites (na época, a nobreza e o clero). Entretanto, segundo Peter Burke (2010), as elites não deixavam de participar dessas manifestações. A diferença é que para o povo, que constituía a maioria da população, a cultura popular era a única cultura, enquanto que, para a elite, ela constituía uma espécie de “segunda cultura”, a qual se recorria em busca de diversão.

A cultura popular, segundo Paviani (2003, p.40) difere-se da cultura erudita, que é “(...) criada e mantida pelas instituições oficiais, especialmente pela escola e pelo trabalho de artistas, cientistas, técnicos e demais servidores da classe dominante”. O autor afirma que, em contrapartida, a cultura popular origina-se do povo e reflete sua vida e suas concepções ideológicas, que são opostas àquelas consideradas oficiais.

Para Dias (2010), mesmo após a queda da elite durante a Idade Média (400-1500 d.C) (ibidem), com a instituição da burguesia, a dicotomia entre a cultura popular e a cultura dominante continuou evidente. Assim como acontecia na Idade Média (400-d.C) (ibidem), onde a elite se apropriava desses discursos, nas últimas duas décadas isso ainda é perceptível, visto que a cultura popular é muitas vezes apropriada pela cultura de massa.

Com a facilidade do acesso aos meios de comunicação de massa, muitas manifestações da cultura popular transformaram-se em ‘cultura de massas’ com sua exploração pela indústria cultural. As músicas que são tocadas em rádios de todo o mundo, produzidas pela indústria cultural, na maioria das vezes têm origens na cultura popular de algum país ou região. São exemplos disso o rap e o reggae, que se originaram na Jamaica e hoje estão sendo consumidos no mundo todo (DIAS, Reinaldo, 2010, p. 72).

Assim, é possível perceber que, ao mesmo tempo em que engloba as manifestações dos indivíduos que estão submetidos à comunicação unilateral da indústria cultural, a cultura popular pode ser apropriada por essa mesma indústria. Dias (2010) destaca que uma característica marcante da cultura popular é que ela é consumida principalmente por aqueles que a produzem, diferentemente da cultura de massa. Alguns dos meios através dos quais ela se manifesta são a arte, a religião (e o sincretismo religioso) e o folclore.

2.1.2 Os grupos marginalizados

Beltrão (1980) relata que a expressão “marginal” surgiu pela primeira vez na literatura científica em 1928, em um artigo de Robert Park, que relaciona o termo com as ideias de

“migrante” e “híbrido cultural”, alguém que vive dividido entre as tradições culturais de dois grupos distintos, aquele do qual ele advém e não consegue deixar para trás, e aquele em que ele tenta se encaixar. Ele nunca é plenamente aceito por esse segundo grupo e sofre preconceito dentro dele.

Além disso, o autor afirma que, nesse breve histórico do termo, é possível perceber que Robert Park se refere a um imigrante. Entretanto, Beltrão (1980) ressalta que algumas características pertencentes a essa definição coincidem com o objeto (a audiência da *Folkcomunicação*) estudado por ele, sendo estas características, a oposição à mudança, o preconceito sofrido e o fato de o indivíduo estar à margem de duas culturas que nunca se compatibiliza entre si.

Beltrão (1980) afirma, ainda, a respeito da conceituação do termo “marginalizado”, que essa expressão recebeu uma conotação pejorativa ao longo dos anos e ressalta que o termo “marginalizado” é utilizado no lugar de “marginal” para afastar essa interpretação pejorativa da análise em questão. De acordo com o autor, o fenômeno da marginalidade é um resultado do estabelecimento da classe burguesa e da revolução industrial. Assim, surge uma nova concepção de “marginalizado” dentro da teoria da *Folkcomunicação*.

Às camadas superiores — a elite do poder econômico e político — que estabelecem os níveis de civilização e as metas de desenvolvimento, inclusive sócio-cultural, se contrapõem indivíduos e grupos sem condições (ou a quem sempre são negadas condições) de alcançá-los, por sua pobreza, por suas culturas tradicionais, pelo isolacionismo geográfico, rural ou urbano, pelo baixo nível intelectual ou pelo inconformismo ativo e consciente com a filosofia e/ou a estrutura social dominante (BELTRÃO, 1980, p. 39, grifos do autor).

Os estudos de Beltrão (1980) sobre a audiência da *Folkcomunicação* o levaram a definir grupos marginalizados que estão excluídos dos sistemas políticos e de comunicação social voltados à preservação dos grupos dominantes. O autor também ressalta que os indivíduos que fazem parte desses grupos se entendem através da *Folkcomunicação*. Beltrão (1980) os separa em três categorias distintas: os grupos rurais marginalizados, os grupos urbanos marginalizados e os grupos culturalmente marginalizados.

Embora a última categoria venha a ser de suma importância para a análise deste trabalho, todas serão conceituadas a título de conhecimento. Assim sendo, os grupos rurais marginalizados são descritos por Beltrão (1980) como formados por indivíduos que estão geograficamente isolados, e por conta disso, seu acesso tanto aos meios de comunicação quanto a elementos como transporte e energia elétrica é escasso. Eles são marginalizados

tanto por questões econômicas quanto intelectuais, já que a informação não chega a esses indivíduos com a mesma velocidade.

Já os grupos urbanos marginalizados se referem àqueles indivíduos que, embora não sofram tanto com o isolacionismo geográfico quanto os residentes rurais, se encontram em condições financeiras escassas. “Os grupos urbanos são caracterizados, sobretudo, pelo reduzido poder aquisitivo devido à baixa renda” (BELTRÃO, 1980, p. 55).

Os grupos culturalmente marginalizados possuem subcategorias. O critério que Beltrão (1980, p. 103) utiliza para justificar o motivo pelo qual esses grupos se encontram marginalizados é a “(...) contestação à cultura e organização social estabelecida, em razão de adotarem filosofia e/ou política contraposta a idéias e práticas generalizadas da comunidade”. O autor afirma que as subcategorias às quais refere-se em seu texto são aquelas que se destacam por sua frequente incidência, o que indica que podem haver mais grupos que contestam a ideologia e a cultura dominantes do que aqueles citados por ele.

Assim sendo, o grupo messiânico se refere àquele em que os indivíduos seguem um líder religioso cujas interpretações e afirmações se opõem às “(...) crenças e denominações religiosas estabelecidas e vigentes no universo da comunicação social” (ibidem). Esses líderes, de acordo com o autor, se autoproclamam “enviados” e, por vezes, até mesmo se consideram “divindades”. O autor ressalta que esse tipo de manifestação sempre tem alguma conotação política.

Os grupos políticos ativistas são aqueles que se opõem à ordem política e social ortodoxa e buscam substituí-la por uma ideologia considerada pela comunidade em geral como incorreta ou exótica. Beltrão (1980) destaca, nesses casos, o uso da força para atingir esse objetivo. O autor também ressalta que, mesmo dentro da audiência da *Folkcomunicação*, algumas manifestações, discursos e principalmente lideranças podem chegar a conquistar a aderência de milhares de participantes.

Os grupos erótico-pornográficos são segundo Beltrão (1980), aqueles que se opõem à moral e aos costumes vigentes, e buscam reformá-los em prol da liberdade sexual. O autor ressalta que essas práticas são consideradas pelos indivíduos componentes desses grupos como essenciais para a plenitude de sua personalidade. Diferentemente das subcategorias anteriores, a ascensão de um líder não é fator decisivo para esses grupos.

Beltrão (1980) associa os grupos erótico-pornográficos a uma revolução sexual, afirmando que diversos movimentos e grupos sociais foram afetados por essas manifestações,

entre eles, os grupos que buscavam a libertação das mulheres, da juventude e dos homossexuais⁶.

Embora o autor, em sua análise, associe esses grupos majoritariamente à libertação de seus corpos e personalidades, em um sentido abertamente sexual, é importante ressaltar que as subcategorias se referem a grupos destacados pelo autor por se distinguirem na sociedade dadas as suas frequentes manifestações e ao grande número de adeptos, não excluindo a existência de muitos outros grupos que poderiam se constituir como culturalmente marginalizados.

Dessa forma, outras demandas e manifestações que dizem respeito a grupos sociais como mulheres e LGBTQ+ não deixam de ser manifestações *folkcomunicacionais* de grupos culturalmente marginalizados, justamente por conta do caráter de suas aspirações. Aspirações estas que, segundo Beltrão (1980), correspondem, em qualquer grupo descrito anteriormente, a uma vida livre das opressões, injustiças e angústias e/ou aproveitamento pleno de riquezas e deleites que são exclusividade de grupos privilegiados.

As elites, que possuem privilégios sobre os grupos “não organizados” conforme já citado anteriormente, muitas vezes perpetuam essas opressões, injustiças e angústias em prol de manter a legitimidade de sua dominação. As opressões direcionadas a grupos sociais como mulheres, LGBTQ+, indígenas, negros, etc. “(...) pautam-se em uma visão de mundo apoiada no patriarcado, no capitalismo e no poder em geral” (LIMA, 2015, p. 176).

2.2 FOLKCOMUNICAÇÃO E ARTE

Por conta da impossibilidade de uma resposta direta à comunicação massiva, as massas precisam encontrar outras formas de responder às mensagens emitidas pelas mídias tradicionais. Os veículos de comunicação através dos quais os grupos marginalizados se expressam aparecem de múltiplas formas. José Marques de Melo (2001), ao referir-se à *Folkcomunicação*, afirma, que o folclore é um dos grandes canais de comunicação coletiva, que se evidencia em situações do cotidiano como conversas pela cidade ou campo. Dessa forma, as manifestações comunicacionais dos grupos marginalizados podem abranger desde crenças populares até obras artísticas.

⁶ Em sua análise, Beltrão (1980) se refere especificamente aos homossexuais, sem usar terminologias e siglas mais amplas como “LGBTQ+” (sigla que refere-se a “Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgêneros, *Queer* e mais”), por exemplo. Mais do que uma expressão, essa sigla mostra o ativismo de grupos marginalizados procurando um reconhecimento adequado na sociedade.

Segundo Jayme Paviani (2003), as obras de arte sempre foram expressões de cultura e, portanto, são constitutivas da sociedade, possuindo valor material, intelectual e espiritual. O autor afirma que não existe arte em estado puro, e que a arte está espalhada pelo cotidiano, se confundindo com os pensamentos e sentimentos dos indivíduos, estando sujeita às contradições da sociedade e podendo assumir vários papéis, como consumo, ornamento, doutrinação ou prazer estético.

Paviani (2003, p.26-27) faz uma distinção entre obra de arte e seu caráter estético, afirmando que a obra de arte é “(...) a condição que possibilita a manifestação do estético (...) um meio para o estético se manifestar”, enquanto que o estético em si é uma experiência fundamental da existência humana, e tem a ver com a relação do homem com os outros e com o mundo, sendo “(...) uma qualidade, predominantemente sensível, que emana do contato do homem com as obras, sejam elas artísticas, técnicas ou naturais”. O autor ainda ressalta que só pode-se falar em norma estética ou valor estético partindo de uma consciência coletiva.

Paviani (2003) também afirma que toda a obra de arte reflete a época em que ela está inserida, e que é praticamente impossível a criação de uma obra inteiramente individual, sem nenhuma influência de caráter coletivo. O autor ressalta que a arte de massa, produto da indústria cultural e da cultura de massas, toma o lugar tanto dos produtos artísticos da cultura erudita como da cultura popular.

Dessa forma, cria-se uma arte que mistura elementos de ambas, simplificando e modificando-os em prol da comercialização. Isso resulta, de acordo com o autor, em um afastamento de uma arte que representa as angústias e sentimentos reais do homem concreto. De acordo com Hall e Whannel (2018) a arte promovida pela indústria de massa é uma corrupção da arte popular.

A industrialização que gerou a cultura de massas é, segundo Paviani (2003, p. 46-47), o começo da problemática que se refere à arte popular. De acordo com o autor, antes disso havia a presença do popular na arte, mas com a ruptura causada pela indústria, a espontaneidade da arte foi abalada. O autor define, portanto, arte popular como “(...) aquela que está enraizada na cultura popular, é aquela que adere às pulsações telúricas, espirituais e sociais do povo”. O autor ainda destaca que a arte popular tem uma grande capacidade de captar transformações culturais e sociais. Por isso, é importante destacar que, segundo Paviani (2003), as divisões e classificações que dizem respeito à arte são muito relativas e dependem do contexto social que está sendo analisado.

Embora a arte direcionada às massas pela indústria cultural seja uma supressão da arte popular, conforme visto anteriormente, os indivíduos que fazem parte dessa massa também podem se utilizar dos elementos populares, constituindo o processo de *Folkcomunicação*, para responderem às mensagens que lhes são emitidas pelos veículos de comunicação dominantes.

Assim sendo, os grupos culturalmente marginalizados também se organizam de forma que seus discursos e necessidades sejam manifestados através da arte, mesmo que essa arte não tenha exatamente as características da arte popular, apesar de carregar um discurso de oposição à ideologia dominante, tal qual é característico da cultura popular.

O processo da *Folkcomunicação*, como intermediação entre o popular e o massivo, aparece também nas diferentes formas de arte onde a massa marginalizada encontra um modo, por meio da cultura popular, de responder com ação ao processo de comunicação unilateral à qual é submetida.

Alguns grupos culturalmente marginalizados possuem movimentos artísticos que amplificam suas demandas e manifestações sociais e políticas. Um exemplo é a arte feminista, derivada do feminismo que, segundo Bell Hooks (2000, p.1)⁷ consiste em “(...) a movement to end sexism, sexist exploitation, and oppression”. Para a autora, o movimento visa a liberdade e a justiça para todos os grupos da sociedade, lutando contra a dominação masculina sobre as mulheres.

De acordo com Freedman (2002) as políticas feministas surgiram quando, por volta de 1800, o sistema capitalista e as críticas socialistas convergiram e as mulheres (e homens aliados ao movimento) começaram a lutar pela igualdade nos âmbitos econômico, político e educacional. A autora afirma que essa luta começou na Europa e América do Norte e foi se espalhando por outros países, seguindo até os dias atuais.

O movimento feminista busca uma história da arte feminista que, de acordo com Anne D’Alleva (2005), consiste em uma preocupação e um olhar sobre a mulher na arte, seja como artista, como observadora ou como objeto dentro de uma obra de arte. Essa história da arte feminista intenta recuperar a experiência da mulher e da mulher artista, bem como a representação da mulher na arte, e como múltiplas identidades entrelaçadas, tais como raça, orientação sexual e classe contribuem para essa representação.

D’Alleva (2005) ainda destaca os estudos de grupos LGBTQ+ relacionados à arte. A autora ressalta que, entre as preocupações do movimento dentro do campo da arte, é possível citar a pesquisa que identifica artistas pertencentes a esse grupo ao longo da história da arte.

⁷ “O feminismo é um movimento para acabar com o sexismo, a exploração sexista e a opressão” (Bell Hooks, 2000, p.1, tradução nossa).

Outras demandas referem-se à representação de temáticas relacionadas ao movimento em obras artísticas e a exploração desses temas e objetos em obras de arte.

Assim, os diferentes movimentos artísticos de grupos culturalmente marginalizados se constituem justamente por combaterem as múltiplas opressões advindas do sexismo, do racismo, da LGBTfobia, entre outras ideologias propagadas pela elite, conforme citado anteriormente. Através da arte, esses grupos manifestam sua luta contra a opressão.

Boaventura de Sousa Santos (2019) fala sobre as Epistemologias do Sul, termo que usa para definir o conhecimento (e sua validação) baseado na experiência de grupos sociais que sofrem com diferentes formas de injustiça e opressão causadas pelo capitalismo, pelo patriarcado e pelo colonialismo. O autor afirma que o conhecimento nasce da luta contra essas opressões e são produzidos onde quer que as lutas aconteçam.

Paulo Freire (2013) afirma que a violência dos opressores condena as suas vítimas ao “ser menos” e que, eventualmente, os oprimidos virão a reagir e lutar contra aqueles que os confinam à essa posição. Segundo o autor, os opressores são aqueles que exploram e violentam por conta de seu poder, e a luta dos oprimidos para sua libertação é um ato de amor contra o desamor contido na violência que sofrem.

Santos (2019) afirma, que toda a luta do oprimido começa como uma luta contra si mesmo. Para Freire (2013), os oprimidos precisam se libertar, ao invés de serem libertados, e que há o grande desafio de superar a imagem que lhes foi imposta do opressor como referência de humanidade, buscando tornarem-se iguais a ele.

Santos (2019, p.107) ressalta, que existem muitas formas por meio das quais o oprimido pode lutar para se libertar, como, por exemplo, as organizações e os movimentos sociais (que são facilmente identificáveis e se dão dentro de um limite de tempo e espaço), mas ele ressalta que essas lutas nem sempre estão nítidas no cotidiano dos grupos oprimidos e, por vezes, são mais sutis e difíceis de distinguir. Essas formas de luta, segundo o autor, raramente são reconhecidas como políticas, e geralmente não produzem um confronto direto, consistindo em ações que parecem passivas, mas que de algum modo se opõem à opressão.

Essas lutas também vêm acompanhadas de conhecimentos que as sustentam, como a consciência de que se está sofrendo uma injustiça. Os conhecimentos, nesses casos, “(...) mascaram qualquer confrontação ou objetivo anticonformista sob a aparência de práticas aquiescentes e de reverência hiperconformista, rituais religiosos, festividades, carnavalescas, o contar de histórias e assim por diante” (SANTOS, 2019, p.108).

Portanto, é possível perceber que a luta contra a injustiça e a opressão pode ocorrer de diferentes formas, o que inclui a arte. De acordo com Silveira (2010, p. 83), a “(...) pessoa encontra na obra de arte a promessa, a esperança e a verdade que lhe são recusadas na realidade. Na dimensão estética, o ser humano pode expressar os sentimentos e desejos que ele tem que restringir na vida real”.

Entretanto, o autor complementa que esse caráter consolador da arte, quando pensado com o intuito de tornar o público passivo, é um problema: “(...) a arte assume um caráter afirmativo: ela deixa intocada e inalterada a condição miserável da vida humana. Mais ainda, auxilia a repressão social oferecendo uma harmonia, uma gratificação e um conforto ilusórios”.

Dessa forma, não basta que as produções artísticas satisfaçam anseios de grupos oprimidos. Para posicioná-las como uma forma de luta é preciso que ela seja articulada como uma reflexão a respeito da condição desses grupos. “(...) uma *living art*, uma antiarte que seja uma força na luta pela radical mudança social, que seja um veículo de libertação e não uma escrava da repressão” (SILVEIRA, 2010, p. 84, grifos do autor). Assim, é possível constatar que a arte, quando pensada como um meio de libertação, pode ser um importante veículo para o fim da opressão, funcionando como um canal por meio do qual os grupos culturalmente marginalizados satisfazem o que Beltrão (2001) chamou de sua necessidade vital de comunicação.

2.3 UM HISTÓRICO SOBRE A TEORIA DA *FOLKCOMUNICAÇÃO*

José Marques de Melo (1980) relata o pioneirismo de Luiz Beltrão ao defender sua tese de doutorado, na Universidade de Brasília em 1967, intitulada “*Folkcomunicação — um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias*”. Tese esta que, segundo o autor, teve mais repercussão fora do país do que no Brasil, e foi considerada subversiva no contexto em que foi defendida.

O período no qual a teoria da *Folkcomunicação* foi apresentada por Beltrão está situado três anos após o então presidente da República, João Goulart, ser deposto de seu cargo e o Brasil passar a ser governado pelos militares. Segundo Gomes e Ferreira (2014), que descrevem o acontecimento, esse evento acabou com a experiência democrática no país, e foi um golpe civil e militar⁸.

⁸ A ditadura militar no Brasil começou com o golpe que depôs o então presidente da República e durou mais de 20 anos, utilizando-se da censura como sua maior força (BITTAR, 2010).

O cenário antidemocrático ainda viria a se estender pelos anos vindouros. De acordo com Gomes e Ferreira (2014), o ano seguinte à defesa da tese de Beltrão, 1968, seria marcado pela edição do Ato Inconstitucional nº 5, que assumiu abertamente o caráter ditatorial. Nesse contexto, a apresentação da teoria da *Folkcomunicação* ao ambiente acadêmico também sofreria turbulências.

De acordo com Melo (2001), o golpe militar de 1964 politizou todas as atividades dentro da Universidade de Brasília. O autor relata que, quando se apresentou para a defesa de sua tese, Beltrão foi demitido de seu cargo executivo na instituição e, embora aprovado por dois membros estrangeiros da banca, teve a entrega do seu boletim de aprovação retardada pelo reitor da universidade. Por conta disso, o título de doutor de Beltrão só lhe seria concedido anos mais tarde.

A publicação da tese também encontrou barreiras. Melo (1980) relata que a editora que demonstrou interesse em publicar uma edição submeteu o texto de Beltrão a uma avaliação que resultou em recortes advindos da preocupação com uma possível represália por parte das autoridades vigentes. Por conta disso, toda a parte teórica do trabalho não foi publicada até o ano de 1980.

A parte teórica foi suprimida, ocorrendo apenas a publicação do relato da pesquisa feita pelo autor para demonstrar as hipóteses levantadas. Trata-se de um episódio só compreensível dentro dos parâmetros políticos que marcaram a cena brasileira nos anos posteriores a 1968. Ao ler o original da tese e ao recomendar sua publicação, o Professor Lourenço Filho, consultor da editora, impôs uma condição: a eliminação de todo o primeiro capítulo e a substituição por uma nota introdutória que delineasse os marcos teóricos sem aprofundá-los (MELO, 1980, p. 8).

Embora a tese tenha sido defendida em 1967, os interesses de Beltrão que o levaram a conceber a teoria da *Folkcomunicação* o acompanharam por muito tempo. Conforme Melo (1980), na década de 1950, Beltrão observou como se dava a ação cultural dos trabalhadores em países socialistas. Esse interesse e influências o acompanharam até a concepção de sua teoria.

3 JORNALISMO

O presente capítulo tem por objetivo contemplar a história do jornalismo, demonstrando como o mesmo, durante muitos séculos, foi - e ainda é - capaz de impactar a opinião pública. Entretanto, o surgimento da *internet* e das diferentes tecnologias digitais abriu espaço para que a circulação de informações se tornasse independente dos veículos jornalísticos, criando novos desafios para a profissão. Esse novo cenário também é abordado no presente capítulo. O papel social e os ideais do jornalismo, que se relacionam com as necessidades dos grupos marginalizados, também serão explorados neste capítulo.

3.1 JORNALISMO E OPINIÃO PÚBLICA

Pena (2012) afirma que a natureza do jornalismo está no medo que o ser humano possui do desconhecido, o que o leva a buscar profissionais que apurem informações capazes de fornecer a estabilidade necessária para que o homem possa administrar sua vida diária. Porém, mais do que oferecer a segurança do conhecimento, o jornalismo conta com o poder de influenciar nas decisões tomadas pela sociedade e nas opiniões de diferentes grupos sociais.

Bond (1962, p. 21) afirma que o primeiro objetivo do jornalismo é o de difundir informações que sejam de interesse público, sendo esta uma responsabilidade da profissão para com a sociedade. “Desde os primeiros tempos, o jornalismo tem procurado influenciar o homem. O jornalismo esforça-se no sentido de estimular a mente humana através da palavra escrita, dos desenhos e fotografias em jornais, revistas, panfletos e livros e através da palavra falada”.

O jornalismo é descrito por Luiz Beltrão (1960) como uma atividade que contempla os anseios do espírito e da vida social, visto que a necessidade de informar-se é intrínseca à natureza do ser humano. De acordo com o autor, é na coleta de informações que o homem sente-se confiante para tomar decisões e dar prosseguimento às suas ações. Da mesma forma, as coletividades se organizam em torno da divulgação de mensagens e da exposição de pontos de vista sobre diferentes assuntos para formarem a opinião pública e impulsionarem a formação de grupos que movimentam a sociedade.

Assim, o jornalismo se apresenta como uma atividade de grande importância para o corpo social, visto que possui o potencial de influenciar o pensamento das coletividades e impulsionar a tomada de importantes decisões dentro da vida pública. Para Rossi (2000), o

jornalismo consiste em uma batalha pelas mentes e corações dos indivíduos que consomem a informação, seja através da leitura, do áudio ou do vídeo. Independente dos diferentes meios utilizados para propagar a mensagem, essa batalha tem importância política e social, e utiliza-se da palavra e, em alguns casos, da imagem, para a formação da opinião pública.

Charaudeau (2016) afirma que a história se constrói no encontro de diferentes grupos dentro da sociedade e que é na circulação de informações que as múltiplas opiniões dos indivíduos e das coletividades podem ser confrontadas. Nos muitos olhares sobre um acontecimento se constrói a opinião pública, que surge quando várias pessoas conseguem se reconhecer em um discurso.

De acordo com o autor, para que a opinião pública se manifeste é necessário um acontecimento que afete uma grande quantidade de indivíduos. Quando há confronto entre duas ou mais opiniões diferentes que sejam de grande abrangência, formam-se grupos específicos dentro da sociedade. Charaudeau (2016) ainda afirma que a opinião pública está relacionada com os interesses coletivos e que, quando organizados em prol de ideais específicos, alguns grupos insurgentes podem realizar grandes mudanças sociais.

Os discursos que chegam até o público e constroem as diferentes opiniões coletivas, estas capazes de movimentar discussões e tomadas de decisões importantes dentro da sociedade, durante muito tempo o fizeram através da imprensa.

3.2 COMO SE CARACTERIZA O JORNALISMO?

De acordo com Beltrão (1960), o jornalismo está essencialmente ligado à informação. Para o autor, essas duas ideias são indissociáveis, de modo que fazer jornalismo é informar. Essa atividade deve ser exercida com uma função educativa, esclarecendo os fatos para o público e visando a promoção do bem comum. O autor ainda afirma que o jornalismo possui atributos específicos que caracterizam o seu fazer. O primeiro deles é a atualidade, que corresponde aos fatos e ideias correntes, aqueles que se dão e/ou impactam o momento presente. Essa característica é considerada por Beltrão (1960) como dominante e essencial para o jornalismo, que não pode existir sem ela.

O autor ainda ressalta que a rerepresentação de fatos relevantes para a constituição do presente também configuram atualidade. Pena (2012) afirma que existe uma diferença entre novidade e atualidade, e que para um fato ser atual ele não precisa ser, necessariamente, novo, mas se relacionar com o presente de alguma forma.

O segundo atributo é a variedade, que condiz com a abrangência de diferentes fatos, relacionados às muitas áreas da vida social, como a cultura e a ciência, por exemplo. Beltrão (1960) afirma que o jornalismo busca atender a três necessidades humanas, sendo elas: informar-se a respeito daquilo que é novo original ou imprevisto, e conseguir refletir a respeito do passado através dessa informação; receber uma mensagem que possibilite um preparo para o futuro; entreter-se e encontrar refúgio na arte.

O autor afirma que, para que seja possível atender a essas necessidades, é preciso que o jornalismo seja capaz de abranger as diferentes áreas da existência humana, funcionando como uma síntese de tudo o que interessa para a sociedade. A variedade, portanto, se refere à multiplicidade de temas relevantes ao público que devem ser contemplados pelo jornalismo. Para Correia (2009), a relevância é muito importante para o fazer jornalístico e está relacionada àquilo que repercute nas vidas das audiências.

Beltrão (1960) ainda destaca a importância de outro atributo que se relaciona diretamente com a variedade e com a atualidade: a interpretação, que permite que o jornalista seja capaz de identificar, dentro das oportunidades de notícia, o que realmente deve ser noticiado. Assim, o princípio da variedade não é sinônimo de informar sobre tudo o que existe, mas de englobar todas as áreas de interesse humano, identificando o interesse público presente nos acontecimentos que correspondem a cada uma delas.

A atualidade também, através da interpretação do jornalista, não se refere a noticiar tudo o que está acontecendo naquele exato momento, mas à capacidade de identificar o que é relevante para o momento temporal que está atendendo. A interpretação também está relacionada com a forma como o jornalista trabalha com a informação para que ela chegue ao público devidamente analisada e apurada.

O autor ainda cita a periodicidade como atributo essencial do jornalismo, que refere-se à divulgação de informações dentro de um padrão constante de tempo. Pena (2012, p. 36, grifo do autor) afirma que essa característica é tão importante que é através dela que se constrói a ideia de “jornal”, afirmando que “(...) é a noção de tempo que vai efetivar a constituição dos primeiros jornais (...) caracterizados por trazerem notícias de todos os gêneros e por terem atualidade e periodicidade. Daí o termo jornal, que vem do francês *journal*, ou seja, diário”.

A popularidade é outro atributo que faz parte do jornalismo. Beltrão (1960) destaca diferentes meios que se constituíram como jornalísticos pela forma como dialogavam com o povo como, por exemplo, as cartas do apóstolo Paulo, que se ocupavam de fatos importantes à

atualidade, atendiam às necessidades e interesses de um grupo específico e eram regularmente enviadas.

O último atributo essencial citado por Beltrão (1960) é a promoção, que se refere aos ideais que o jornalismo promove que têm por objetivo impulsionar os indivíduos a agirem, bem como proporcionar ao homem a possibilidade de reflexão sobre diferentes temas. O autor reforça que a existência do jornalismo está ligada à vida social, se inspira na mesma e a influencia, visando incentivar o público a se levantar em prol do bem comum.

Pena (2012) cita ainda um fator muito importante para o jornalismo, o princípio da objetividade, ideia que não está pautada na negação da subjetividade dentro do trabalho do jornalista. Pelo contrário, o autor ressalta que é preciso reconhecer que as percepções dos fatos sempre serão subjetivas e que, para que haja um rigor científico na coleta de informações, o profissional precisa se munir de métodos que sejam objetivos, sabendo que ele mesmo não é.

O jornalista não é capaz de se despojar de sua subjetividade enquanto ser humano. Pena (2012) reforça que, através do critério da objetividade, o profissional busca ouvir e noticiar todos os lados da história, mesmo que, pessoalmente, ele defenda uma posição específica. Beltrão (1960) afirma que a objetividade está relacionada com a necessidade que o jornalista tem de manter os olhos fixos no objeto e, mesmo que sua percepção particular o tente a interferir de alguma forma, ele não esquece ou perde de vista o fato que está relatando.

3.3 COMO SE CARACTERIZA O JORNALISTA?

As características do jornalista se mesclam de certa forma, com os atributos do jornalismo. Ao fazer jornalismo, o profissional precisa carregar consigo a essência da profissão. Não poderia o fazer jornalístico estar despojado das características essenciais citadas anteriormente, constituindo um conceito abstrato do qual o indivíduo se separa ao adentrar na prática. E se o jornalismo é uma atividade que contempla a gênese do espírito humano, conforme afirma Beltrão (1960), pode-se concluir que a humanidade de quem o faz está intrinsecamente ligada ao que a profissão é. As reflexões acerca do que caracteriza o jornalismo acompanham aqueles que o praticam. E o “ser” jornalista influenciará o produto final, conforme será visto nessa etapa da pesquisa.

O jornalista, de acordo com Gradim (2000, p.32), é um profissional que tem como tarefa informar, papel que deve desempenhar com atenção, perspicácia, inteligência na apuração da notícia e, entre as importantes características que a autora cita, uma recebe

destaque: a humildade. É através dessa qualidade que o jornalista será capaz de “(...) se apagar face ao acontecimento que se relata”.

Para que o jornalista consiga se subtrair diante do fato, ele precisa reconhecer que suas emoções raramente farão parte da notícia (GRADIM, 2000). A autora ressalta que a humildade também se manifesta na fidelidade que o profissional tem com a objetividade, sem utilizar-se dos meios jornalísticos para induzir o público a concordar com suas opiniões pessoais. Portanto, a humildade está presente quando o jornalista apura e dissemina a notícia com rigor e seriedade.

Outra característica do ofício jornalístico e que faz parte da composição do profissional é a honestidade. De acordo com Rossi (2000), esse conceito deve ser compreendido no sentido mais amplo da palavra, visto que o jornalismo não é um ofício técnico, mas uma função social de grande relevância. O autor afirma que o jornalista tem um dever fundamental com a sociedade e deve cumprir sua missão de informá-la com honestidade. Para tanto, é possível concluir que o trabalho jornalístico exige ética.

Bauman (2011) afirma que a ética, idealmente, representa um código de leis que ditam o que é correto para todas as pessoas em todos os momentos. Valls (2013) afirma, no entanto, que existem diferentes aspectos culturais, religiosos, estéticos e econômicos que geram questionamentos éticos e que impedem a formação de um princípio ético universal capaz de reger todos os aspectos da existência humana.

Valls (2013) ainda afirma que a ética pode ser entendida como a própria vida que é vivida dentro de um preceito do que é considerado certo. Partindo-se desse princípio, é possível refletir sobre a existência de valores que são considerados corretos no exercício da profissão jornalística, como a honestidade, vista anteriormente. A fidelidade a essas convicções corresponde a uma ética de trabalho que o jornalista carrega consigo.

Abramo (1988, p.109) afirma que não existe “(...) uma ética específica do jornalista: sua ética é a mesma do cidadão”. O autor defende que os princípios de um indivíduo enquanto trabalhador e enquanto sujeito são os mesmos, não existindo um conjunto de regras ao qual o profissional se detém assim que entra no exercício da profissão e se despoja nas horas vagas.

A resolução da questão ética depende também do que o jornalista considera como seu dever de cidadão. Caso ele saiba de algo que põe em perigo a pátria, que põe em perigo o povo brasileiro, o dever de cidadão deve se refletir na profissão. O limite do jornalista é esse, ou seja, o limite do cidadão (...) A ética do jornalista, portanto, é um mito que precisa ser desfeito (ABRAMO, *ibidem*).

Portanto, manter-se fiel aos princípios éticos, sendo eles os mesmos do cidadão comum, é essencial para o jornalismo. O profissional e a profissão não podem operar sem essa fidelidade. Além do mais, o jornalismo se constitui como uma espécie de “campo de batalha”. “O jornalismo é conflito, e quando não há conflito no jornalismo, um alarme deve soar. Aliás, a ética só existe porque a comunicação social é lugar de conflito. Onde a etiqueta cala, a ética pergunta” (BUCCI, 2000, p.11).

É através da ética que o jornalista é capaz de cumprir o papel social do jornalismo. Para Bucci (2000), a profissão jornalística é a instituição da cidadania e a vitória da ética, busca o bem e a informação para todos, sem privilégios. O autor também reforça que o jornalismo dá voz às diversas correntes de pensamento e opinião e defende que essa diversidade é natural do fazer jornalístico e, sem ela, não pode haver uma imprensa ética.

Para Beltrão (1960), o jornalista é aquele que encontrou como vocação agir como porta-voz e intérprete dos fatos diante da sociedade. O autor ressalta a importância de, através do jornalismo, impulsionar os indivíduos a agirem. Dessa forma, o profissional tem por objetivo muito mais do que relatar acontecimentos, mas fornecer às audiências reflexões que as estimulem a buscar o bem comum, que é a finalidade do jornalismo.

Para que o jornalista seja capaz de compreender de que formas ele pode usar o seu trabalho para impulsionar a população em busca desse bem comum, Beltrão (1960) afirma que ele precisa estar imerso na sociedade. O autor ressalta que o profissional tem como características essenciais a curiosidade e a necessidade de comunicar os fatos que absorve. O jornalista, perante um acontecimento, sente a necessidade de passar adiante aquilo que assimilou, demonstrando o que o autor chama de curiosidade comunicativa - um desejo de saber e compartilhar o que aprendeu.

Portanto, o jornalista é um indivíduo que, apesar de ser repleto de subjetividades, adota métodos objetivos que o ajudam a se despojar de sua pessoalidade em prol de um relato mais justo do fato. Para isso, o profissional deve ter como ideal a imparcialidade, que é descrita por Lage (2011) como o critério de rigor científico e respeito pelos fatos, buscando não ultrapassar um limite entre o objeto e o sujeito jornalista. Além de travar uma batalha pelas mentes e corações do público, conforme afirma Rossi (2000), é possível refletir que o profissional duela, também, contra a sua própria subjetividade, sabendo que tem uma responsabilidade para com a sua audiência e que seu trabalho será afetado pela sua postura, conforme o próprio autor afirma.

O jornalista trabalha com imparcialidade, objetividade, humildade, honestidade, curiosidade, tudo em prol de, através de seu trabalho, atingir o princípio essencial do jornalismo de movimentar a sociedade em prol do progresso, do bem e da paz das comunidades (BELTRÃO, 1960). Munido dessas características, o profissional constrói o produto de seu trabalho - a notícia.

3.4 COMO SE CARACTERIZA A NOTÍCIA?

A notícia é descrita por Lage (2011) como um bem de consumo essencial, que assim se constituiu na sociedade moderna europeia. Nesse contexto, a luta entre os burgueses e os proletários resultou em uma amplitude inédita das trocas de informações, tirando o monopólio do Estado e da Igreja sobre a notícia. Para o autor, ela pode ser definida, em estrutura, como um relato de fatos que parte do mais importante ou interessante. Mais do que uma narrativa, a notícia é uma exposição de acontecimentos.

Lage (2011) afirma que a notícia segue um processo de produção em que ocorre uma seleção, ordenação e nomeação dos eventos, onde os fatos serão organizados por relevância e através de termos adequados. O autor ressalta que a notícia tem o poder de motivar e comover as audiências e, portanto, o jornalista precisa ter a preocupação de identificar quais acontecimentos possuem relevância para o público e devem ser divulgados.

Por conta disso, os profissionais precisam ter critérios para escolherem o que será transformado em notícia. Pena (2012) afirma que muitos fatos chegam até os jornalistas diariamente e estes precisam identificar, através de uma cultura pessoal da qual se valem, o que deve ser noticiado ou não. Traquina (2020) afirma que a notícia é um recurso social e que, na vastidão de elementos que podem ser levados a público através do jornalismo, é a noticiabilidade que vai responder o que deve ou não ser noticiado. Para o autor, os acontecimentos são a matéria-prima que o jornalista transformará no produto, no caso, a notícia.

Segundo Wolf (1999), existe requisitos de noticiabilidade dos quais os órgãos de informação se utilizam para escolher quais acontecimentos serão publicados, sendo estes os valores-notícia. Esses critérios estão pautados na importância que um fato tem e que o leva a ser noticiado. Alguns valores-notícia citados por Wolf (1999) são: o grau ou posição hierárquica ocupado pelos indivíduos envolvidos no acontecimento e o quanto esse evento afeta os interesses nacionais, o futuro de algum fato importante ou uma grande quantidade de pessoas.

Outros exemplos de valores-notícia citados pelo autor são relacionados à praticidade da produção da notícia, ou seja, aquilo que corresponde ao que o veículo de comunicação se propõe. Um jornal cujo público-alvo é uma cidade pequena, por exemplo, possui temas diferentes em relação a um jornal de abrangência nacional. Wolf (1999) ainda cita como valores-notícia elementos que sejam importantes de alguma forma para o público, seja por despertar um interesse ou por realizar um serviço.

3.5 A HISTÓRIA DO JORNALISMO

Beltrão (1960) afirma que o jornalismo é uma atividade essencial ao ser humano e, portanto, esteve presente desde os primórdios da história da humanidade. De acordo com o autor, mesmo no período da Pré-História (40.000-5000 a.C.) (MENDONÇA, Andreia et al. (trad.), 2012), os homens transmitiam informações de forma periódica aos grupos aos quais pertenciam que eram interpretadas pelos emissários das mensagens e correspondiam aos interesses e necessidades desses mesmos agrupamentos. Essas notícias eram transmitidas através de sons e sinais e alertavam para a presença de predadores, anunciavam mudanças climáticas e relatavam batalhas.

Embora o compartilhamento de informações sempre tenha sido essencial para as sociedades humanas, ao longo da história, a evolução tecnológica viria a modificar a forma como se dava esse compartilhamento. Pena (2012, p.26) afirma que a escrita surgiu há aproximadamente cinco mil anos a.C. e trouxe mudanças radicais ao processo cognitivo humano, visto que as informações passaram a ser armazenadas em aparatos físicos, não dependendo mais apenas da memória para sobreviver.

De acordo com o autor, na Antiguidade (1000 a.C.-400 d.C) (ibidem) era possível encontrar exemplos de jornalismo. Os romanos escreviam relatos diários do Senado e dos acontecimentos sociais e políticos do império. Essas informações contavam com periodicidade e com uma preocupação acerca de sua relevância para grupos específicos.

Segundo Lage (2011), as informações na Idade Média (400-1500 d.C.) (ibidem) eram repassadas oralmente ao público, através de proclamações, decretos e sermões nas igrejas. A partir do século XIII, a expansão da atividade comercial através do comércio marítimo viria a impactar a comunicação. Juntamente com as mercadorias, vinham relatos e técnicas de diferentes localidades do mundo, contadas não pela Igreja e pelo Estado, mas por viajantes e comerciantes.

A propagação de informações viria a ser amplificada em níveis inéditos com a invenção da imprensa. Pena (2012) afirma que o livro impresso mais antigo do qual se tem registro data do século IX, na China, onde também surgiu o primeiro tipo móvel, em 1040. Com a invenção da prensa de Gutenberg⁹, a Europa foi radicalmente transformada. Foi através dela que a indústria do livro e das impressões periódicas foram instauradas, e grandes eventos, como a Reforma Protestante, se tornaram possíveis.

Lage (2011) afirma que foi no contexto da colonização, da invasão de territórios e da imposição de idiomas nacionais, como o inglês e o espanhol, sobre províncias que tinham suas línguas reduzidas e transformadas em dialetos, que a imprensa periódica surgiu. O primeiro jornal data de 1609, na Alemanha. Dez anos depois, a prática jornalística já havia se espalhado pelo continente europeu.

O autor relata ainda que os primeiros jornais tratavam de temas relativos ao acúmulo de capital mercantil, ou seja, quais produtos teriam mais chance de serem vendidos ou quais áreas lucrativas poderiam ser expandidas conforme determinados contextos. Logo, a burguesia viria a utilizar os jornais em prol de seus interesses políticos contra o Estado. Como o investimento para publicar jornais de forma independente era relativamente baixo, muitos burgueses recorreram a publicações próprias.

Lage (2011) ressalta que, com o estabelecimento da burguesia, surgiram as opressões contra o proletariado e, conseqüentemente, os ideais socialistas. O próprio Karl Marx atuou como jornalista e, posteriormente, como correspondente para jornais norte-americanos. No contexto da Revolução Industrial (que começou em 1769, com a invenção da máquina a vapor) (ibidem), o mercado jornalístico conseguiu se estabelecer. Traquina (2020) afirma que no século XIX os jornais se expandiram, criando novos empregos e dando origem à profissão do jornalista, que viria a se dedicar à propagação da informação e não da propaganda. O autor comenta que o surgimento do jornalismo enquanto profissão está diretamente ligado com a evolução tecnológica que levou à invenção da imprensa.

3.5.1 A história do jornalismo no Brasil

Sodré (1999) afirma que a popularização da imprensa coincidiu com a invasão do Brasil pelos portugueses no ano de 1500 (FAUSTO, 1996), que vinham de um contexto de

⁹ Em 1450, Johannes Gutenberg inventou a impressão com tipos móveis (MENDONÇA, Andreia et al. (trad.), 2012).

grande censura com relação à literatura. No século XVIII, surgiram tentativas isoladas de instaurar periódicos, que foram rapidamente suprimidas por Portugal. Segundo o autor, o primeiro jornal só foi se estabelecer de forma definitiva no Brasil durante o comando do príncipe regente Dom João.

Em 1808, conforme Fausto (1996), a família real portuguesa veio para o Brasil por conta da guerra entre França e Inglaterra, que começou a apresentar consequências negativas para Portugal. A solução encontrada pelo príncipe regente Dom João foi transferir a Corte para as terras brasileiras. Conforme Sodré (1999), essa transferência trouxe, também, a instauração da imprensa no Brasil.

O autor afirma que a “Gazeta do Rio de Janeiro” era um jornal administrado pela Corte, fruto da Imprensa Régia, que controlava a produção literária e as demais impressões no Brasil, para evitar que se publicasse algo que fosse contra o Estado ou a Igreja. Por conta dessa censura, o conteúdo da “Gazeta” estava focado no que acontecia na Europa.

O primeiro jornal impresso a operar de forma independente da Corte foi o “Correio Brasiliense”, que era redigido internacionalmente por Hipólito da Costa (fundador do jornal que vivia em Londres) e disseminado de maneira clandestina no Brasil, como forma de evitar a censura. Sodré (1999, p.21) afirma que esse jornal, entretanto, não procurava influir na situação do país e que todos os problemas eram “(...) tratados muito mais segundo as condições internacionais do que nacionais” e que Hipólito optou por redigir o “Correio Brasiliense” em Londres para evitar se expor aos riscos que os redatores corriam no Brasil por conta da censura.

O autor ressalta que é difícil afirmar com certeza o quanto o “Correio Brasiliense” teve impacto sobre a opinião pública. O jornal sofreu com a censura no país, tendo sido proibido e apreendido em alguns estados. Com as transformações históricas e políticas no país, a imprensa foi encontrando espaço para se estabelecer no Brasil. Após 1820, o jornal passou a circular livremente, sem que seu conteúdo fosse moderado e censurado pelo governo. Entretanto, a concorrência com outras publicações que acompanhavam de forma mais profunda a realidade brasileira fizeram com que o “Correio Brasiliense” perdesse destaque.

Com o desenvolvimento da burguesia no país, os jornais passaram a conquistar maior espaço. Kieling (2010) afirma que as disputas políticas foram um fator que motivou o desenvolvimento do jornalismo no Brasil, sendo que a imprensa teve um papel fundamental

para a abdicação do Imperador Dom Pedro I, em 1831. Com isso, as práticas jornalísticas no país já estavam consolidadas.

3.6 DESAFIOS DA PROFISSÃO JORNALÍSTICA

A profissão jornalística é essencialmente desafiadora. Conforme visto anteriormente neste capítulo, o exercício do jornalismo exige uma ética constante, buscando o bem comum na sociedade. Eventualmente, essa luta encontrará conflitos, sejam eles pessoais, advindos das subjetividades de cada profissional; internos, dentro das redações; ou externos, como o confronto com as mudanças do mundo ao redor do jornalista.

Rossi (2000) afirma que a rotina dos jornalistas dentro das redações funciona de forma bastante rápida, visto que eles precisam contemplar, na veiculação diária das notícias, não apenas acontecimentos recentes, mas também situações atemporais. Portanto, o profissional precisa se adaptar a um trabalho onde a apuração é simultânea à ocorrência da notícia.

Por conta dessa pressão constante direcionada ao trabalho do jornalista, ocorre dentro do jornalismo o que Beltrão (1960) denomina como extensividade, que refere-se a uma apuração de notícias sem que haja tempo para análise. Os fatos são noticiados de forma constante, mas sem um aprofundamento sobre o que está sendo publicado. Essa forma de produzir contrasta com o jornalismo intensivo, onde ocorre um exame profundo dos acontecimentos e as informações são veiculadas da forma mais completa possível.

O jornalismo extensivo acaba coincidindo com um problema citado por Rossi (2000) que se refere ao fato de que, muitas vezes, na busca por conseguir delimitar os temas que serão abordados na edição do dia, os jornalistas limitam seu trabalho a uma abordagem constante dos mesmos assuntos. Esses temas repetidos são, geralmente, sugeridos por grandes instituições, que conseguem acessar os veículos jornalísticos com mais facilidade do que o público em geral. Por conta disso, os interesses coletivos acabam sendo deixados de lado e, com esse espaço sendo reduzido, reduz-se também a atuação do jornalista sobre a busca pelo bem comum que, conforme Beltrão (1960) é a prioridade do jornalismo.

Entretanto, o fato de que os veículos jornalísticos muitas vezes não englobam temas de interesse da comunidade não é sinônimo de um apagamento completo desses assuntos. O desenvolvimento de novas tecnologias trouxe à tona novas possibilidades para que esses anseios comunicacionais da comunidade fossem expressos, simbolizando desafios para a profissão jornalística.

A *internet*, tema que será aprofundado no próximo capítulo, é o veículo desses novos desafios. Jerónimo (2017) afirma que tanto o uso da *internet* quanto dos dispositivos móveis, como celulares, por exemplo, têm crescido entre o público. Por conta disso, os jornalistas também precisam se reinventar, buscando se adaptarem a esses novos meios de comunicação e usá-los a favor da veiculação de notícias. Dantas e Rocha (2017) ressaltam que, diante da velocidade de atualização de informações proporcionada pela *internet*, o jornalista precisa adaptar seu ritmo de produção e buscar novas maneiras de apurar a notícia.

Entretanto, o ritmo de atualização de informações não é o único fator que exige que o jornalista se adapte às novas tecnologias. Li e Bernoff (2011) introduzem o conceito de *Groundswell*, que eles definem como uma tendência social onde as pessoas utilizam-se das tecnologias digitais para atingirem seus objetivos de forma independente das grandes companhias. Os autores ainda ressaltam que as tecnologias que fazem com que esse fenômeno funcione estão evoluindo rapidamente.

Particularmente no caso do jornalismo, tal efeito acaba exercendo impacto marcante na forma de legitimação da atividade, já que, através do fácil acesso a meios de publicação pela *internet*, pessoas - que antes não possuíam condições de tornar públicos certos acontecimentos e opiniões -, passaram a trocar informações e criar consciência crítica sem a intermediação dos veículos de imprensa e, conseqüentemente, dos jornalistas profissionais. Assim, o jornalismo acaba por identificar a necessidade de reencontrar formas de legitimação do seu lugar como intermediador de informações, processo este que passa inevitavelmente por uma maior participação do usuário (DANTAS, ROCHA, 2017, p.73).

Assim, o jornalismo também encontra o desafio de manter a sua legitimidade como intermediário entre as informações e o público. Caso contrário, um caminho ainda maior pode ser aberto para o fenômeno das *fake news*, ou notícias falsas, ganharem espaço entre as audiências. Cooke (2018) afirma que, através da *internet*, notícias não verificadas se espalham com uma velocidade alarmante. A autora resalta que o alto nível de personalização de preferências na experiência do usuário na rede também cria um ambiente propício para a disseminação das *fake news*.

A *internet* representa um veículo com grande potencial para o trabalho do jornalista. Ela pode afetar tanto de forma negativa quanto positiva a produção de notícias. Compreender esse meio de comunicação e suas subjetividades é, entretanto, essencial para aprimorar o trabalho jornalístico e continuar primando pelo serviço de caráter e interesse coletivo que constitui o jornalismo enquanto profissão.

4 COMUNIDADES DE FÃS NAS REDES SOCIAIS

O presente capítulo tem por objetivo apresentar os conceitos necessários para o estudo das comunidades de fãs nas redes sociais. Para tanto, serão estudados o ciberespaço e a cibercultura, a *internet* e sua história, as redes sociais, as comunidades virtuais e as comunidades de fãs.

4.1 COLETIVIDADES E MEIOS DE COMUNICAÇÃO

As conexões entre os indivíduos são o “pano de fundo” através do qual a vida social é tecida. Não é concebível a ideia de uma sociedade de um só; o próprio conceito já implica na existência de um coletivo. A troca entre os componentes dessas coletividades, à qual dá-se o nome de comunicação, é tida por Beltrão (1980) como aspecto essencial à espécie humana.

Entretanto, nem sempre os valores de um grupo social condizem com seu aspecto de coletividade. Haswani (2012) afirma que, até meados do século XX, a sociedade era pautada por interesses da burguesia, grupo que exercia dominância. Esses interesses se caracterizavam por sua preocupação com o privado em detrimento do público e o individual em detrimento do coletivo. Assim, é possível perceber que as classes dominantes detinham privilégios com relação às suas prioridades e, no campo da comunicação, esses benefícios permaneciam.

Para Castells (2003), esse cenário foi alterado por conta da evolução das tecnologias da comunicação, que permite que não apenas os grupos dominantes da sociedade encontrem facilidade de se organizarem em redes, mas que todos os usuários do ciberespaço experimentem essa possibilidade. Uma mudança nos meios potencializou o surgimento de comunidades que se beneficiam de oportunidades comunicacionais que antes eram restritas às classes dominantes.

A partir da reflexão de Castells (2003) é possível perceber o impacto que a transformação nos veículos comunicacionais traz para o corpo social como um todo. Conforme McLuhan (2005), as sociedades são moldadas mais pelo meio que se usa para comunicar uma mensagem do que pelo conteúdo da mensagem em si. Portanto, é possível considerar que as transformações nos meios são essenciais para determinar o caráter das expressões comunicativas.

Assim, as mudanças nos meios de comunicação são, essencialmente, mudanças na estrutura da sociedade, bem como as transformações sociais carregam consigo influências na forma como os indivíduos se comunicam. Para McLuhan (2005), todo o meio é uma extensão

do homem, que altera a forma como este percebe a realidade e, quando esses meios sofrem alguma transformação, o ser humano também é alterado.

Dessa forma, pelo estudo de coletividades de qualquer natureza perpassa um olhar sobre o meio através do qual se dão as expressões comunicativas desses grupos. De acordo com Lévy (1999, p.22), “(...) as imagens, as palavras, as construções de linguagem entranham-se na alma humana”, fazendo com que o homem seja inseparável do ambiente, tanto físico como metafísico, onde se constitui seu processo de interação (e comunicação) com a realidade. Essas mudanças tão drásticas nos meios, conforme o pensamento de McLuhan (2005), não pode evitar alterar a percepção dos sujeitos. Compreender o espaço é um caminho para compreender os indivíduos que compõem os coletivos que serão estudados no presente capítulo.

4.2 CIBERCULTURA E CIBERESPAÇO

Conforme já apresentado no segundo capítulo do presente trabalho, a cultura é descrita por Santaella (2003) como a parte do ambiente que o homem constrói. Pode-se compreendê-la, portanto, como a intervenção humana sobre um determinado espaço e, na dimensão virtual, tal conceito persiste. Dessa forma, para compreender a noção de cibercultura é preciso, primeiro, entender o que é ciberespaço.

O ciberespaço é definido por Lévy (1999) como o meio que surge com a *internet*, referindo-se não apenas à infraestrutura envolvida na existência desse ambiente, mas também ao universo de informações e pessoas que são abrigadas por ele. Esse espaço ainda é descrito pelo autor como um instrumento de comunicação que é comunitário, interativo e encoraja a construção de relações que não dependem dos limites geográficos ou das coincidências temporais.

De acordo com Souza e Costa (2005), o ciberespaço é pautado na comunicação entre humano e máquina e permite que as pessoas interajam com a cultura que elas mesmas criaram. A cibercultura é descrita por Lévy (1999) como um conjunto de técnicas, valores, ideias e atos que se constroem juntamente com o ciberespaço e que constituem um sistema que levou o autor a fazer um paralelo com o labirinto móvel do personagem mitológico Dédalo¹⁰.

¹⁰ Dédalo é um personagem da mitologia grega, um inventor que projetou e construiu um imenso labirinto para aprisionar o monstro Minotauro, uma criatura com corpo humano e cabeça de touro. O labirinto de Dédalo foi desbravado pelo herói e semideus Teseu (KERÉNYI, 2015).

Entretanto, diferentemente do labirinto de Dédalo, que tinha seu centro marcado pela presença do imponente Minotauro, o ciberespaço e a cibercultura são descritos pelo próprio Lévy (1999) como um sistema do caos. Não há um ponto central no ciberespaço a partir do qual as informações são difundidas, mas a própria situação é o centro, conforme afirma o autor. Essa situação em questão é o universo de informações, a partir do qual os indivíduos interagem, contribuindo e modificando o espaço, movendo suas paredes como um labirinto, sim, mas onde a jornada e o destino final se misturam.

A interatividade de um espaço onde as barreiras geográficas e temporais são tão significativamente ultrapassadas é característica de um meio de comunicação específico, que originou os conceitos aqui apresentados. Dele, derivam o ciberespaço e a cibercultura e, a ele, estão intrinsecamente ligados os seus aspectos primordiais. A esse meio dá-se o nome de *internet*.

4.2.1 O que é a *internet*?

A *internet* é descrita por Castells (2003) como um meio de comunicação que, pela primeira vez, permite que muitas pessoas interajam umas com as outras no momento em que elas escolherem. O autor afirma que esse advento transformou o modo como os indivíduos se comunicam e, por consequência, a própria humanidade. Da mesma forma, o ser humano interage com essa tecnologia e a modifica, fazendo com que ela também seja transformada por seus usuários.

A *internet*, de acordo com Gonzáles (2014), inaugurou uma nova era da comunicação, onde a audiência tem a oportunidade de interatividade. Segundo a autora, nesse espaço, a informação, o relacionamento, a publicidade e o entretenimento se misturam, constituindo uma revolução nas formas de relacionamento entre as pessoas e as informações. Esse espaço possibilitou que os indivíduos se comuniquem de uma forma completamente nova em relação ao que existia anteriormente, visto que foi o primeiro que permitiu, conforme Castells (2003), a comunicação entre muitas pessoas, abordando diferentes temas, no momento que desejassem.

Além da possibilidade de interação com outros indivíduos e com a informação, a *internet* possibilita que a comunicação ocorra entre pessoas de diferentes partes do mundo, conforme afirma Lévy (1999 p. 94): “(...) torna-se possível, então, que comunidades dispersas possam comunicar-se por meio do compartilhamento de uma telememória na qual cada membro lê e escreve, qualquer que seja sua posição geográfica”.

A comunicação que supera barreiras geográficas não é a única característica da *internet*. A interatividade desse meio de comunicação estimula usuários ativos, que encontram espaço para compartilhar opiniões, experiências pessoais e ideias (MORAES, 2014). Essa expressividade possibilita que a *internet* possa ser utilizada como um meio de comunicação que é articulado em prol da democracia. Castells (2003) afirma que, através desse meio e suas plataformas, a população tem a chance de interrogar, vigiar e exigir respostas por parte de seus governantes, exercendo com mais facilidade seus direitos e deveres como cidadãos.

A *internet* possui uma longa história, apesar de seu surgimento relativamente recente. De acordo com Castells (2002), ela despontou como resultado do trabalho de uma instituição de pesquisa chamada Agência de Projetos de Pesquisa Avançada (ARPA) do Departamento de Defesa dos Estados Unidos da América (EUA). Em 1969, a primeira rede de computadores entrou em funcionamento e foi intitulada de ARPANET, em homenagem ao seu patrocinador.

Por volta da década de 1980, houve uma separação na rede para diferenciar pesquisas militares de interações com outros fins. A rede que sustentavam todas as outras continuou existindo e foi intitulada de ARPA-INTERNET, para depois ser chamada apenas de INTERNET. Essa rede encerrou suas atividades em 1990 e a National Science Foundation instaurou a NSFNET como nova rede sustentadora do que hoje é conhecido como *internet*. As pressões comerciais levaram ao encerramento da NSFNET e diversas ramificações comerciais da NSF formaram acordos com redes privadas, privatizando, portanto, a *internet*.

Castells (2002) ainda afirma que o princípio da existência da *internet* contou tanto com questões a respeito de supervisão e capacidade de transmissão como com uma busca para criar uma rede universal de computadores a partir do acesso público. O autor também relata que, além dos esforços de pesquisa do Departamento de Defesa dos EUA, houve pesquisas de contracultura que resultaram na criação do modem, uma descoberta tecnológica muito importante para o sistema da *internet*, que possibilitou a transferência direta de arquivos entre computadores. Os estudantes que fizeram essa descoberta divulgaram a tecnologia gratuitamente.

Dessa forma, redes de computadores que não pertenciam à ARPANET passaram a se comunicar entre si por conta própria. Após anos de esforços, tanto de pesquisadores de contracultura quanto de organizações militares dos EUA, a ideia de computação pessoal se espalhou. Como as diferentes redes utilizadas possuíam protocolos que não eram compatíveis uns com os outros, os usuários passaram a adotar os protocolos da *internet*.

Carvalho (2006) afirma que as preocupações do Governo Brasileiro em instaurar as telecomunicações no país começaram na década de 1950 e, no início da década de 1970, surgiram interesses a respeito da transmissão eletrônica de dados. Em 1979, durante o governo do então presidente e general João Figueiredo, foi criada a Secretaria Especial de Informática (SEI), que seria extinta em 1990 com o governo do então presidente Fernando Collor. O autor ressalta que a comunicação de dados começou no Brasil como um assunto de competência estatal, mas acabou por despertar o interesse da comunidade acadêmica e científica, que viu nessa tecnologia uma oportunidade de compartilhamento de conhecimento.

De acordo com Carvalho (2006), muitos projetos regionais que visavam estabelecer redes acadêmicas de compartilhamento de dados surgiram por esta época. Estes, porém, não foram executados por diferentes motivos, como falta de verba, por exemplo, e a necessidade de conectividade permanecia. A partir de propostas de fundações de pesquisa e universidades brasileiras, foram criadas redes acadêmicas que interligavam instituições de ensino. Porém, a necessidade de um compartilhamento mais amplo levou à busca pelo estabelecimento da *internet* no país, que também foi influenciado pelos interesses e carências de comunicação da população em geral.

O autor afirma que o acesso comercial à *internet* começou no Brasil em 1996 e a infraestrutura da época não foi suficiente para suprir a demanda. No mesmo ano, foram anunciados investimentos do Governo para melhorar o funcionamento da *internet*, o que tornou esse meio de comunicação ainda mais popular entre os indivíduos que possuíam os equipamentos necessários para acessarem a rede mundial de computadores.

4.2.2 Redes sociais e comunidades virtuais

Recuero (2009, p.24) afirma que as redes são metáforas “(...) para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores”. A autora ressalta que, dentro desses sistemas, são as pessoas envolvidas que definem, moldam e alteram as estruturas sociais. Portanto, é possível concluir que as redes são intrinsecamente constituídas pelas relações entre os indivíduos que as integram.

Dentro do espaço da *internet*, Recuero (2012) afirma que o modo como essas redes se constituem se dá por meio de representações. A autora explica que, nas redes *online*, os indivíduos se expõem através de representações de si mesmos, e as conexões que eles fazem uns com os outros são sustentadas pelo sistema, diferentemente das comunicações fora do

ciberespaço. Ou seja, o meio através do qual as relações construídas nas redes sociais se propagam é essencial para que elas sejam perpetuadas.

A autora também considera que as redes sociais são um importante meio através do qual as informações são propagadas, e acabam se constituindo como mídia por conta desse trânsito de informações entre sujeitos e entre coletivos. Portanto, é possível perceber que as redes sociais estão ligadas de forma intrínseca ao ciberespaço e são também ferramentas que contribuem para o desenvolvimento da cibercultura.

Para Castells (2013), as redes sociais na *internet* são espaços que proporcionam uma autonomia que excede o controle dos governos e das empresas que, antes do ciberespaço, monopolizavam os canais de comunicação. Por conta disso, o autor afirma que nesse meio há uma liberdade maior para que as pessoas possam compartilhar seus pensamentos e se conectarem umas com as outras.

Castells (2013) ainda destaca que, através da autonomia das redes sociais, há um potencial de compartilhamento que beneficia os movimentos sociais que lutam contra alguma forma de repressão. Através das repercussões de vídeos, imagens e notícias dentro do ciberespaço, temas que antes eram ignorados pela grande mídia (ou até mesmo silenciados, como é o caso de países que vivenciam alguma forma de censura por conta do governo) recebem uma visibilidade que antes da *internet* era impensável. O autor usa como exemplo o impacto das redes sociais em diferentes revoluções ao redor do mundo, que foram fortalecidas pelo ativismo *online*, chamado de ciberativismo.

Para Recuero (2009), existem dois tipos de redes sociais na *internet*: as emergentes e as de filiação (também chamadas de redes de associação). As primeiras são definidas pela autora como aquelas que se constituem pelas interações sociais entre os indivíduos, mediadas pelo ciberespaço, como conversas *online*, por exemplo. Já as redes de filiação são aquelas onde as relações sociais são sustentadas pelo meio sem que haja a necessidade de interação direta entre as pessoas. A autora usa como exemplo as listas de amigos nas redes *online*, onde dois indivíduos estão associados sem que haja a necessidade de conversação.

As redes emergentes envolvem a necessidade de um investimento e, portanto, são limitadas pela capacidade do usuário. É o indivíduo quem define com quantas pessoas ele consegue conversar e manter esses laços estabelecidos dentro do ciberespaço. Já as redes de filiação têm suas conexões forjadas pelo sistema que está sendo utilizado, embora possam “(...) mostrar laços já estabelecidos pelos atores envolvidos em outros espaços, mas não necessariamente através da Internet” (RECUERO, 2009, p.98).

No presente trabalho atribui-se destaque à rede social *Twitter* que, segundo Recuero (2009, p.174), foi fundada em 2006 por Jack Dorsey, Biz Stone e Evan Williams e constitui-se como "(...) microblogging porque permite que sejam escritos pequenos textos". A rede ainda conta com as ferramentas de seguir, mencionar, enviar mensagens diretas e escrever textos de até 280 caracteres.

Dentro das redes sociais são formadas as comunidades virtuais, definidas por Castells (2003) como comunidades baseadas na comunicação *online*. Para McLuhan (2005), a sociedade sofre transformações na forma de pensamento que a aproximam de um raciocínio tribal. Conforme o autor, o envolvimento social das pessoas, umas com as outras, é maior e mais profundo, constituindo uma aldeia global, um acontecimento simultâneo, onde a participação se torna coletiva. Nas comunidades virtuais, esse envolvimento social é amplificado por conta da facilidade de comunicação sem barreiras geográficas.

McLuhan (2005) atribui essa mudança de pensamento na sociedade ao fluxo constante de informações advindo das tecnologias. Na época, o autor se referia apenas a meios de comunicação como a televisão; porém, é possível perceber o quanto esse conceito é fortalecido com o surgimento da *internet*, mesmo que o conceito seja anterior à *internet*. Para o autor, a humanidade retorna à emoção tribal, à experiência coletiva que a constitui como aldeia.

Maffesoli (1998, p.104) registra uma mudança de valores nos agrupamentos sociais, onde o "(...) homem não é mais considerado isoladamente" e o aspecto individual do burguesismo passa a dar espaço ao modelo comunitário que tanto reprimiu. O autor ainda afirma que as tribos, antes unidas pelo valor social, onde um indivíduo desempenha uma função dentro de um grupo estável, dão lugar às neo-tribos, que são constituídas por relações de prazer e interesse, cuja duração e estabilidade podem ser efêmeras.

Assim, as comunidades virtuais podem ser entendidas como partes da aldeia global que, embora carreguem a emoção tribal do coletivo, se constituem como neo-tribos, que podem se unir por curtos períodos de tempo, motivadas por desejos passageiros. Para Maffesoli (1998, p.107), "(...) ao contrário da estabilidade induzida pelo tribalismo clássico, o neotribalismo é caracterizado pela fluidez, pelos ajuntamentos pontuais e pela dispersão". Para o autor, dentro do caráter de sociabilidade das neo-tribos, os indivíduos modificam seus papéis constantemente dentro do grupo que ocupam.

De tal forma, uma comunidade virtual unida em prol de um interesse em comum pode dispersar-se rapidamente, finalizando o laço que a unia. Do mesmo modo, pode perdurar e

modificar-se conforme manifesta-se a oportunidade. Para Lévy (1999), as comunidades virtuais deram surgimento a novos grupos que antes do ciberespaço eram apenas potenciais. O autor afirma que o campo de debates oferecido por essas comunidades é mais aberto, participativo e distribuído que o das mídias clássicas.

Essa abertura se dá porque, conforme Castells (2003), as comunidades virtuais simbolizam uma livre expressão global que contrasta com a dominação dos conglomerados de mídia e das censuras advindas das burocracias governamentais. Assim, esses grupos se reúnem ao redor de seus interesses e atuam de forma independente dos veículos tradicionais de comunicação. O surgimento desses novos segmentos dentro do ciberespaço é o resultado das experiências que acontecem de forma coletiva e que foram impulsionadas pela interatividade oferecida pela *internet*.

Castells (2003) ainda afirma que o surgimento das comunidades virtuais remonta em semelhança aos movimentos de contracultura da década de 1960. Embora o autor afirme que esses vínculos com a contracultura enfraqueceram com a expansão dessas comunidades, isso não impossibilita que ambientes contrários aos ideais dominantes venham a emergir dentro do ciberespaço.

4.3 COMUNIDADES DE FÃS

Embora a existência das comunidades de fãs anteceda o surgimento da *internet*, como será abordado mais adiante, a emergência desse novo meio de comunicação impactou de forma intensa a existência desses grupos. Para compreender o que são essas comunidades, primeiramente é necessário entender a sua unidade componente, o fã.

Duffett (2013) define fã como um entusiasta, seguidor ou devoto de qualquer mídia, pessoa ou atividade. Para o autor, a grande diferença entre um fã e os demais membros da audiência é a experiência de um sentimento com relação a um objeto (mídia, pessoa ou atividade) que ele nem sempre é capaz de explicar. Outra diferenciação se dá quando os fãs de determinado objeto adotam uma linguagem e uma estética que os distinguem do restante da audiência.

Duffett (2013) ainda ressalta que um indivíduo não transforma sua identidade ao se tornar fã, e sim a visão que ele tem a respeito de sua identidade. Antes de se afirmar socialmente como um fã, ele precisa se reconhecer dessa forma. Assim, o processo começa de maneira subjetiva, para posteriormente ser afetado pelo reconhecimento com os outros.

O fã nasce de sua experiência individual, mas é modificado e alimentado pela experiência coletiva. A partir daí surgem as linguagens e estéticas que estabelecem os reconhecimentos entre os fãs e as diferenciações diante da audiência em geral. Duffett (2013) define as comunidades de fãs como grupos socialmente organizados que compartilham de um interesse comum e que se comunicam uns com os outros, estabelecendo uma rede.

Entretanto, tendo em vista o conceito de fã, estabelecer uma origem exata para essas comunidades é complicado. Duffett (2013) afirma que é difícil definir exatamente quando esses grupos surgiram, embora o termo “fã” tenha seu registro mais antigo datado do século XVII. Os comportamentos característicos de fãs também não são recentes. O autor afirma, por exemplo, que desde a metade do século XVIII o local de nascimento do dramaturgo William Shakespeare está aberto à visitação do público.

O autor ainda relata que em 1939, a World Science Fiction Society organizou uma convenção voltada para fãs, um evento planejado com a finalidade de atender comunidades de fãs de ficção científica. Assim é possível perceber que a existência dessas comunidades antecede a internet.

Bacon-Smith (1992) também demonstra em seus estudos que as comunidades de fãs se organizavam em convenções antes da popularização da *internet*. Nesses eventos, obras produzidas pelos próprios fãs eram comercializadas, incluindo os fanzines, definidos por Duffett (2013) como publicações amadoras que são criadas e consumidas pelos fãs.

No ciberespaço, as comunidades de fãs encontram um nível completamente novo de liberdade e organização, justamente por conta da oportunidade de interatividade que supera barreiras de tempo e espaço. Para dialogar ou produzir em conjunto, os fãs não precisam reunir-se pessoalmente em uma data e local específicos. Os indivíduos podem criar fóruns, páginas e outros diferentes ambientes de interação *online*, que são alimentados enquanto houver interessados.

Assim, a *internet* possibilita que o engajamento dos fãs seja ainda maior e mais estruturado, visto que a comunicação do ciberespaço possui uma interatividade revolucionária. Busse (2017) afirma que, no meio virtual, há a possibilidade de criar perfis *online* que se tornam parte da personalidade dos usuários, criando um impacto ainda maior na cultura desses grupos.

Dentro das comunidades, surgem os *fandoms*, que são definidos por Jenkins (2009) como a subcultura dos fãs caracterizada pela solidariedade e afetividade entre pessoas que compartilham dos mesmos interesses. Bacon-Smith (1992) afirma que *fandom* é um termo

utilizado por membros de grupos autoidentificados por seus interesses. Para Duffett (2013) eles são uma expressão de profunda identificação, que leva os indivíduos a se referirem como parte desses *fandoms* e, conseqüentemente, das comunidades de fãs.

O autor ainda afirma que os *fandoms* são um meio que possibilita que grupos subculturais marginalizados se apropriem de conteúdos midiáticos e os reinterpretem de uma forma que melhor sirva aos seus interesses, transformando assim, a cultura de massas em cultura popular.

Conforme visto no segundo capítulo, a cultura popular é feita por aqueles que a consomem; em contrapartida, a cultura de massas se apropria das informações da cultura de elite e da cultura popular criando uma comunicação indireta com as audiências. É possível perceber, portanto, que as comunidades de fãs realizam um caminho inverso ao da indústria cultural que, conforme visto no segundo capítulo, apossa-se da cultura popular para transformá-la nos conteúdos da cultura massiva.

Para Jenkins (2009), essas comunidades surgem de uma relação onde há, simultaneamente, fascínio e frustração pois, fascinados pelo universo de uma obra, os indivíduos se tornam admiradores e, frustrados por não encontrarem plenamente nessa mesma obra aquilo que procuram, precisam recorrer a criações pessoais. Assim, é possível perceber que os *fandoms* também são movidos por uma insatisfação com relação às mídias tradicionais e às próprias histórias e obras que idolatram.

4.3.2 O fascínio, a frustração e o feminismo nos *fandoms*

“From its very beginnings, media fan fiction has been a female, if not feminist, undertaking” (HELLEKSON, BUSSE, 2014, p.75)¹¹. Conforme visto no segundo capítulo, a atuação do movimento feminista no mundo da arte se preocupa com a forma como as mulheres são representadas nas obras, bem como com as artistas e as observadoras envolvidas nesse processo (D’ALLEVA, 2005). De acordo com Hellekson e Busse (2014), a maioria dos *fandoms* é majoritariamente composta por mulheres que produzem obras onde frequentemente se questionam os padrões de gênero dentro da sociedade.

É possível perceber na própria essência das criações artísticas dentro das comunidades de fãs a presença de questionamentos de teor social e político. Duffett (2013) define as *fan fictions* (ou ficções de fã, também chamadas de *fanfics*) como um gênero de obras ficcionais

¹¹ Desde o seu princípio, o meio das fan fictions tem sido um comprometimento feminino, se não feminista” (HELLEKSON, BUSSE, 2014, p.75, tradução nossa).

que são criadas por fãs. O autor cita alguns subgêneros das *fanfics*, como “AU” (*Alternative Universe* ou universo alternativo), “episode fix” (onde um acontecimento da obra original que não agradou o fã é “consertado”) e “Slash” (casais do mesmo gênero compostos por personagens originalmente apresentados como heterossexuais).

Duffett (2013) ainda descreve o conceito de *shippers*, que constituem um grupo específico de fãs que estão interessados na relação romântica entre dois personagens. Essas histórias são frequentemente publicadas nas redes sociais e em sites específicos para o compartilhamento de *fanfics* e histórias originais, como por exemplo, o site Archive of Our Own (YIN et al., 2017).

Hellekson e Busse (2014) pontuam que o subgênero “Slash” é frequentemente produzido e consumido pelo público feminino e que as produções são um exemplo de subversão, onde os autores muitas vezes relacionam as histórias com temáticas de gênero e sexualidade. Para as autoras, as *fanfics* são formas de artes produzidas pelos fãs (também chamadas de *fanarts*) e constituem textos que são escritos com base em outros textos.

Jenkins (2009) afirma que os meios de comunicação dominantes frequentemente têm controle total sobre a propriedade intelectual, invalidando outras interpretações e criando apenas uma “versão oficial”, numa forma de proteger seus interesses próprios, sejam eles voltados para o futuro da obra em questão ou puramente financeiros. Segundo o autor, essa privatização da cultura é uma regulação que gera empobrecimento para a produção cultural, dano este que pode ser reparado pela produção das *fanfics*. Assim, as comunidades de fãs surgem como uma forma de se opor às tentativas das grandes corporações de monopolizar as significações da arte que, dentro dos *fandoms*, ocorrem de forma coletiva.

Embora a *internet* tenha impactado as comunidades de fãs (como impactou toda a comunicação na sociedade) muitas práticas dos *fandoms* são anteriores ao ciberespaço. Em 1992, a pesquisadora Camille Bacon-Smith publicou seu estudo a respeito das mulheres na comunidade de fãs da série de televisão “Star Trek” (HELLEKSON, BUSSE, 2014). A análise realizada pela autora ajuda a compreender como esses *fandoms* se organizavam antes do surgimento da *internet*. De acordo com Hellekson e Busse (2014), o estudo não foi bem recebido pelos fãs, que não concordaram com a visão de Bacon-Smith que retratava a produção de *fanfics* como uma atividade terapêutica.

Entretanto, os estudos da pesquisadora não apenas demonstraram como as comunidades de fãs se estruturavam como apontaram a reação dessas audiências aos papéis de gênero impostos pela mídia. Bacon Smith (1992) reflete sobre o conceito de “Mary Sue”, um

termo que surgiu em 1974, quando a autora Paula Smith escreveu uma pequena *fanfic* situada no universo de “Star Trek”, com teor cômico, ironizando um padrão de protagonista que era comum em narrativas da época.

Em correspondência com Bacon-Smith (1992), Paula Smith explica que “Mary Sue” é a mais jovem integrante da nave espacial *Enterprise*. Ela é alta, magra, com a pele clara e diversos diplomas de universidades ao redor do universo. Além de ser inteligente e bem sucedida em tudo o que se propõe, a fórmula da personagem “Mary Sue” frequentemente termina com um sacrifício da heroína, que morre para salvar a todos. De acordo com a autora, esse era um padrão comum de personagens na época, mas, no caso da “Mary Sue”, ele é exagerado no intuito de ironizar essa representação.

A personagem que nomeou o termo “Mary Sue” é caricata, e representa uma espécie de inserção do fã no universo que admira, onde se tem a possibilidade de interagir com os personagens por quem o fã nutre afeição. Entretanto, Bacon-Smith (1992) analisa o quanto esse padrão está associado ao modelo da “mulher ideal” que a sociedade sexista impõe sobre as meninas. A autora afirma que, durante a adolescência, as jovens são confrontadas por um padrão comportamental e de beleza ao qual, muitas vezes, não conseguem se encaixar.

Para Bacon-Smith (1992), as meninas precisavam ser sexualizadas com o intuito de atrair a atenção dos meninos, a quem as atividades recreativas eram permitidas. Elas eram induzidas a nunca representarem nenhum tipo de ameaça à superioridade masculina, escondendo sua inteligência e seus talentos. As jovens que não conseguiam performar o modelo imposto pela sociedade sexista encontravam nas personagens categorizadas como “Mary Sue” a realização do padrão que não conseguiam concretizar na vida real.

A “Mary Sue” se encaixa perfeitamente em todos os padrões de beleza e personalidade definidos pelo sexismo. Através dela, as meninas conseguiam atingir o triunfo que lhes era negado na vida real. Bacon-Smith (1992) afirma que internalizar esse modelo era a melhor opção oferecida às jovens da época, visto que se opor ao ideal da “mulher perfeita” frequentemente fazia com elas fossem ignoradas pela sociedade. A autora aponta em sua pesquisa que a grande maioria dos fãs, em suas primeiras tentativas de escrever *fanfics*, acabavam por criar algo que se encaixava na descrição da “Mary Sue”.

Entretanto, Bacon-Smith (1992) reforça que, dentro dos *fandoms*, os membros buscam criar novos modelos para suas histórias e encorajam uns aos outros a deixarem o estereótipo da “Mary Sue” para trás. A autora relata também que as fãs editoras se opunham a publicar *fanfics* desse gênero nos fanzines, fazendo com que a pesquisadora encontrasse mais

exemplos em livros publicados do que em ficções escritas pelos integrantes da comunidade analisada.

Assim, é possível perceber as preocupações artísticas do movimento feminista dentro das comunidades de fãs. Jenkins (2016) afirma que os *fandoms* se constituem como espaços importantes para incentivar os jovens à participação política, pois eles são capazes de fornecer um senso de comunidade e de identidade, além de empoderamento coletivo, assim como o movimento feminista, por exemplo. Para o autor, nos ambientes recreativos há mais liberdade para que conexões sejam estabelecidas e interesses sejam experimentados.

Para Kligler-Vilenchik (2016), as comunidades de fãs experimentam uma conexão entre a cultura popular e o engajamento cívico, o que resulta no surgimento do “fan activism” ou “ativismo de fã”. Jenkins (2012) define esse termo como as formas de participação política e cívica que surgem dentro da cultura dos *fandoms*, onde os fãs buscam melhorar de algum modo a qualidade de vida da sociedade e fortalecer seus laços enquanto partes de uma comunidade.

Dentro das *fanarts* abre-se um espaço de possibilidades para que os fãs discutam e debatam questões políticas e sociais, como o caso da “Mary Sue”, e proponham universos que melhor se encaixem com as suas reivindicações. Um exemplo é o *Racebending* que, conforme Booth (2018), se refere à alteração realizada em um personagem para torná-lo mais racialmente diverso (o mesmo pode ocorrer com gênero, sendo chamado de *Genderswap*).

Assim, é possível perceber que os *fandoms* e as *fanfics* nascem do fascínio e da frustração, da busca por “consertar” os cenários que cativaram os fãs, mas que entregam um resultado oposto aos seus anseios. Entretanto, a conexão com a comunidade leva esses indivíduos a engajar-se politicamente através das temáticas de suas obras, articulando a *living art*, a luta pela mudança social, discutida por Silveira (2010) no segundo capítulo.

4.4 “INEFFABLE FANDOM”: A COMUNIDADE DE FÃS DE “GOOD OMENS”

A série de televisão “Good Omens” foi veiculada pela Amazon Prime Video no ano de 2019¹². A obra é baseada no livro homônimo escrito por Neil Gaiman e Terry Pratchett, que começou como um conto que Gaiman não sabia como terminar (WAGNER et al., 2011). Após o falecimento de Pratchett, em 2015, a adaptação da obra para a televisão foi cumprida

¹² AMAZON. **Prime Video**. Disponível em: <https://www.amazon.com/Good-Omens-Season-1/dp/B089XW1Z6Y>. Acesso em: 18/05/2021.

como uma promessa que Gaiman fez ao co-autor e amigo de que transformaria o livro em uma série da qual Pratchett se orgulharia (GAIMAN apud RODRIGUEZ, 2019¹³).

De acordo com Wagner et al. (2011) a temática de “Good Omens” é o fim do mundo e como diversos personagens fantasiosos criam uma confusão ao redor dos planos para o Apocalipse. Entre os protagonistas da obra, os mais célebres entre os fãs são o anjo Aziraphale e o demônio Crowley.

Girardi (2019) afirma que os personagens Aziraphale e Crowley possuem um senso de gênero ambíguo. No livro que inspirou a adaptação, Gaiman e Pratchett afirmam que os anjos não possuem sexo definido e, para Girardi (2019), essa declaração inclui os demônios do universo ficcional de “Good Omens”. Dessa forma, as representações de gênero, sexo e sexualidade dentro da obra, de acordo com a autora, também são impactadas pela interpretação do público.

Girardi (2019) ainda afirma que o *fandom* de “Good Omens” interpreta essa declaração de diferentes formas, gerando uma movimentação ao redor das representações de gênero e sexualidade como uma temática recorrente dentro da comunidade de fãs da série. Esses interesses do *fandom* remetem aos estudos de Hellekson e Busse (2014) sobre a atuação das mulheres escrevendo *fanfics* “Slash” e utilizando-se desses textos para subverterem e questionarem papéis de gênero.

Esses questionamentos e interpretações coletivas também levam ao que Duffett (2013) chama de “*fanon*”, uma distinção do termo “*canon*”, utilizado para se referir à “versão oficial” de uma obra. Em contrapartida, o “*fanon*” é o cânone dos fãs que, para o autor, surge das interações criativas e subversivas entre os membros do grupo e os textos que consomem. A palavra “*headcanon*” também é usada com um sentido semelhante. Simone (2012) afirma que o “*headcanon*” consiste em uma mitologia que um indivíduo cria a respeito de uma obra quando não se sente representado nela.

O *fandom* de “Good Omens”, assim como o *fandom* de “Hannibal”, também possui linguagem própria, incluindo um nome específico para a comunidade de fãs. Em um debate no *Twitter*, no ano de 2019, alguns usuários procuravam definir de que forma o grupo seria denominado e a sugestão “Ineffables” foi comentada por Neil Gaiman, que acrescentou a ideia de “Ineffable Fandom”, aceita pelos fãs.

¹³ Acesso em: 08/05/2021. Disponível em: [Neil Gaiman Interview on Making Amazon's 'Good Omens' Miniseries \(businessinsider.com\)](https://www.businessinsider.com/neil-gaiman-interview-on-making-amazon-s-good-omens-miniseries)

Figura 1 - Neil Gaiman interage com fã no *Twitter*



Fonte: @neilhimsself no *Twitter*

4.4.1 A história da série “Good Omens”

A série “Good Omens” se propõe a adaptar o enredo do livro homônimo lançado em 1990 pelos autores Neil Gaiman e Terry Pratchett. Na história, o anjo Aziraphale (interpretado por Michael Sheen) e o demônio Crowley (interpretado por David Tennant), que por vezes assume a forma de uma serpente, se conhecem desde o princípio da Terra, porém, mantêm sua amizade em segredo por estarem em lados opostos. Ao longo dos milênios, os dois personagens fazem acordos para facilitar seus trabalhos, cumprindo as tarefas ordenadas pelo céu e pelo inferno.

A tranquilidade dos personagens acaba quando Crowley descobre que o plano para o Apocalipse está prestes a ser executado e toda a vida na Terra será destruída. Os personagens percebem que gostam da forma como vivem e decidem impedir o fim do mundo detendo o anticristo, um bebê recém nascido e dado à Crowley pelas autoridades do inferno para ser criado por um importante político. O menino deve crescer e se tornar o líder que destruirá toda a humanidade.

No entanto, uma confusão no convento onde o menino é deixado leva a uma troca de bebês, o que faz com que o anticristo seja criado por uma família comum. Crowley e Aziraphale haviam decidido apadrinhar a criança e cuidar dela para que seus poderes não se manifestassem, porém, por conta da troca de bebês, eles acabam acompanhando o menino errado. Faltando apenas alguns dias para o Apocalipse, a dupla descobre que esteve observando uma criança comum, sem fazer ideia de onde o anticristo real está.

Os dois partem em uma aventura para entender onde e quando a batalha final deve acontecer, acompanhados por outros personagens que têm seus destinos amarrados à trama. Enquanto isso, o próprio anticristo, um menino de 11 anos chamado Adam (interpretado por

Sam Taylor Buck) precisa entender seus poderes, sua verdadeira identidade e se vai aceitar seu próprio destino de destruir o mundo.

4.5 “FANNIBALS”: A COMUNIDADE DE FÃS DE “HANNIBAL”

A série de televisão "Hannibal" foi ao ar pela emissora NBC no período entre os anos de 2013 e 2015 (MESSIMER, 2018). De acordo com Ebanks et. al (2019), a série é um terror/suspense psicológico que se baseia nos personagens do livro “Red Dragon” escrito por Thomas Harris e publicado em 1981. Entretanto, outros livros do autor também são referenciados na obra.

Embora os livros de Thomas Harris que contêm o personagem Hannibal Lecter tenham recebido diversas adaptações cinematográficas, Messimer (2018) afirma que a série veiculada pela NBC ganhou destaque por conta das controvérsias envolvendo as temáticas representadas na história. Entre os conteúdos de maior repercussão é possível citar as cenas de extrema violência e canibalismo e a construção do relacionamento entre os personagens Hannibal Lecter e Will Graham.

O autor afirma que a série “Hannibal” subverte as expectativas do público com relação à trama, pois o personagem, que começa como um vilão *queer coded*¹⁴ em uma posição confortável para a indústria cinematográfica¹⁵, tem a ambiguidade de sua sexualidade explorada ao ponto de resultar no que o autor chama de “apagamento heterossexual”. Mesmo as relações explicitamente heterossexuais das cenas são mero pano de fundo para explorar os sentimentos de Hannibal com relação a Will.

Ao redor da série forma-se a comunidade de fãs de “Hannibal”. Conforme Duffett (2013), esses *fandoms* se utilizam de linguagem própria, que os diferenciam dos demais espectadores. No caso do grupo em questão, a palavra “Fannibal” recebe destaque. Trata-se de uma nomenclatura que os fãs utilizam para se identificarem como parte da comunidade. É

¹⁴ O termo *Queer* é usado em diferentes situações, sendo aplicado com significados diversos. Os mais comuns, no entanto, referem-se a grupos culturalmente marginalizados por conta de suas identificações relativas a gênero e sexualidade. Outro uso recorrente para a palavra refere-se a um modelo teórico em desenvolvimento que permite novos estudos a respeito da comunidade LGBTQ+ (JAGOSE, 2005). O “coded” é explicado na nota de rodapé seguinte.

¹⁵ Messimer (2018) explica que, durante os anos de 1930 e 1968, o cinema norte-americano foi regido pelo The Motion Picture Production Code, um manual que determinava quais conteúdos eram proibidos de serem representados nos filmes. A homossexualidade estava entre essas proibições. Por conta disso, os personagens que eram codificados para remeterem a pessoas LGBTQ+ eram representados de formas caricatas e/ou maléficas (como vilões, por exemplo). Essas codificações podem ser um recurso utilizado na narrativa até os dias atuais.

possível perceber que mesmo o *showrunner*¹⁶ da série, Bryan Fuller, refere-se ao *fandom* utilizando-se desse termo.

Figura 2 - Print de publicação de Bryan Fuller



Fonte: @BryanFuller no *Twitter*

Williams (2018) afirma que o cancelamento da série “Hannibal”, em 2015, deixou um encerramento incerto, que motivou a comunidade de fãs a se manter ativa, com esperanças pelo retorno da obra. Nesse período, os fãs também exploraram possibilidades narrativas dentro do universo da série através de artes como as *fanfics*. A autora ainda afirma que grande parte do *fandom* de “Hannibal” é composto por mulheres, que apreciam a forma como as personagens femininas¹⁷ foram retratadas na obra.

4.5.1 A criação de Thomas Harris

A primeira aparição do personagem Hannibal Lecter foi em 1981, quando o autor Thomas Harris publicou o livro “Red Dragon”, onde iniciou uma história que viria a se desenrolar por mais três livros. Na obra, o investigador Will Graham precisa retornar à atividade quando um assassino em série que se auto-intitula “O Grande Dragão Vermelho” começa a assassinar famílias inteiras.

Na história, Will Graham já havia encerrado suas atividades como investigador após finalmente prender o assassino em série canibal Hannibal Lecter. Will é procurado pelo agente Jack Crawford, que pede sua ajuda para capturar o “Dragão Vermelho”. Graham é descrito no livro como um investigador que pensa de uma forma completamente diferente, sendo capaz de interpretar pistas que os outros agentes não veem. Esse “dom” do personagem faz com que ele seja capaz de “entrar” na mente dos assassinos e entender como capturá-los.

¹⁶ *Showrunner* é o termo utilizado para descrever o idealizador responsável por um projeto planejado para a televisão (McKEE, GERACE, 2018).

¹⁷ Alguns dos personagens masculinos do livro “Red Dragon” de Thomas Harris passaram por *genderswap* na série para agregar mais diversidade, como é o caso do doutor Alan Bloom, que se torna a doutora Alana Bloom (WILLIAMS, 2018).

No passado, no entanto, Will havia se aproximado de Hannibal antes de descobrir que ele era um assassino em série. A investigação que prendeu o doutor Lecter culminou em um embate entre os dois personagens que quase custou a vida de Graham. Por conta disso, o investigador passou anos afastado do cargo, tendo sido abalado não apenas pelos eventos traumáticos, mas pela proximidade com Hannibal, que revelava, ao longo da trama, também aspectos violentos de sua própria personalidade.

Durante a história, a capacidade de Will de se colocar no lugar dos assassinos e entender suas motivações é frequentemente questionada como um possível indicador de que o investigador possui um lado sombrio que compreende esses atos violentos. O afastamento entre ele e Hannibal precisou chegar ao fim quando Graham percebe que seu contato com o doutor Lecter é a única forma de levá-lo a um estado mental que possibilite a captura do “Dragão Vermelho”.

A história de Will é encerrada no final do livro, quando todos os arcos da obra se fecham. Entretanto, após a finalização da história, o autor Thomas Harris retomou a trajetória do personagem Hannibal Lecter no livro “The Silence of the Lambs”, publicado em 1988. Dessa vez, quem busca o aconselhamento do assassino na tentativa de compreender como capturar outro criminoso em atividade é a investigadora Clarice Starling.

Hannibal Lecter ainda protagoniza outros dois livros de Thomas Harris, intitulados “Hannibal” (1999) e “Hannibal Rising” (2006). As obras foram adaptadas para o cinema cinco vezes. Conforme Devlin e Biderman (2016), a primeira versão cinematográfica foi “Manhunter”, em 1986, que adaptou a história do livro “Red Dragon”.

Os autores ainda citam o restante da trajetória cinematográfica de Hannibal, que passa pelos filmes “The Silence of the Lambs” (1991), “Hannibal” (2001), “Red Dragon” (2002) e “Hannibal Rising” (2007), todos adaptações dos livros homônimos. Devlin e Biderman (2016) ressaltam que foi com o filme de 1991 que o personagem se tornou popular, sendo interpretado pelo ator Anthony Hopkins.

Em 2013, o personagem Hannibal protagoniza, juntamente com Will, a série de televisão do *showrunner* Bryan Fuller. A história começa antes da captura do doutor Lecter e se propõe a fazer uma releitura da obra de Harris, contando em profundidade a relação dos personagens antes que os crimes de Hannibal sejam descobertos. Embora a série seja baseada no livro “Red Dragon”, à medida que o enredo vai se desenrolando, outros livros de Harris começam a ser referenciados.

A personagem Clarice Starling, uma das mais importantes na saga dos livros, nunca aparece na série de televisão. A dinâmica entre ela e Hannibal é substituída pela relação do doutor Lecter com Will, que é trabalhada de forma diferente dos livros. A série se propõe a ser uma releitura do material original que, embora referencie tanto os livros quanto os filmes, buscou criar algo totalmente novo, trazendo outra perspectiva para a história.

4.5.2 A criação de Bryan Fuller

O ponto de partida¹⁸ da série “Hannibal” é quando Jack Crawford (interpretado por Laurence Fishburne) busca a ajuda de Will Graham (interpretado por Hugh Dancy) para solucionar o caso do desaparecimento de diversas meninas, todas com aparências muito semelhantes. O personagem hesita em voltar à atividade, mas acaba aceitando participar do caso. Preocupado com a saúde mental de Will, Jack pede que o psiquiatra Hannibal Lecter (interpretado por Mads Mikkelsen) faça um acompanhamento profissional do investigador.

Ao longo da série, Will investiga diversos assassinatos, incluindo alguns homicídios cometidos pelo próprio Hannibal. Os crimes do doutor Lecter muitas vezes são especificamente direcionados à interpretação do agente Graham, como é o caso do primeiro episódio, onde Hannibal mata uma jovem para que Will perceba as diferenças entre os homicídios cometidos por ele e pelo assassino que está sendo perseguido. Ao longo da série, há um paralelo entre o diálogo dos personagens e as mensagens que Graham interpreta a partir dos assassinatos cometidos por Hannibal.

Durante toda sua vida, os crimes de Hannibal estiveram impunes, como um mistério que as autoridades não conseguiram solucionar. O agente Graham se torna a única pessoa capaz de compreender detalhes específicos a respeito das mortes, enquanto Lecter gradativamente permite que ele adentre mais nesse mundo sombrio. À medida que se aproxima de Hannibal, Will também se aproxima da verdade sobre o homem com quem desenvolveu uma amizade profunda - e com quem se identificou.

Após revelada a verdadeira natureza de Hannibal Lecter, sua conexão com Will não se rompe e se torna ainda mais complexa. O subtexto romântico entre os personagens vai crescendo até se tornar explícito, embora nunca haja consumação física desse romance. O final da série não oferece um encerramento total, visto que a obra foi cancelada após três temporadas de 13 episódios.

¹⁸ O roteiro completo de todos os episódios da série está disponível em:

<http://livingdeadguy.com/shows/hannibal/>

5 METODOLOGIA

O presente Trabalho de Conclusão de Curso tem como caráter a pesquisa qualitativa e utiliza como procedimento metodológico a pesquisa bibliográfica. Também são utilizados os métodos de Análise de Conteúdo segundo Bardin (2011) e Análise de Discurso. A Análise de Conteúdo apoia-se na teoria funcionalista¹⁹ e é um método ferramental. A Análise de Discurso, por sua vez, tem como base a teoria crítica²⁰ e possibilita uma abordagem mais reflexiva.

Conforme já explicado na introdução deste trabalho, de acordo com Zanella (2013), o método de Análise do Discurso estuda a linguagem presente em diferentes textos. Sousa (2014) apresenta critérios conceituais de análise, detalhados na introdução, sendo eles: Real (objeto em si), Imaginário (imagens projetadas a partir dele) e Interdiscursivo (objeto como efeito do discurso, fruto de múltiplos sentidos).

A primeira fase do método de Análise de Conteúdo de Bardin (2011) e os detalhes da metodologia já foram explicados na introdução deste Trabalho de Conclusão de Curso. Portanto, o presente capítulo de metodologia parte da segunda fase, intitulada exploração do material e chega à terceira fase explanada pela autora, o tratamento dos resultados, inferência e interpretação.

5.1 EXPLORAÇÃO DO MATERIAL E TRATAMENTO DOS RESULTADOS

As obras escolhidas para serem analisadas estão organizadas em três categorias: componentes explícitos das obras, discurso implícito das obras e diálogo da comunidade de fãs. Os critérios de Análise do Discurso citados anteriormente são aplicados a cada uma dessas categorias. As *fanfics* e as *fanarts* extraídas dos *fandoms* das séries “Hannibal” e “Good Omens” na rede social *Twitter* são exploradas através de trechos destacados, contextualizados e traduzidos pela pesquisadora.

A primeira *fanart* escolhida é uma história em quadrinhos escrita por Burgess (2019, @theorah) e publicada na rede social *Twitter*²¹ entre junho de 2019 e maio de 2020. Nas páginas destacadas, a autora explica o que é assexualidade, que define como uma ausência de

¹⁹ “O funcionalismo tem interesse em verificar e apreender as conexões funcionais (...) privilegia o estudo de fenômenos recorrentes: família, escola, organização, enfim, tudo o que vem garantindo a manutenção da sociedade” (SPEROTTO, 2010, p. 28 e 33).

²⁰ A teoria crítica busca analisar os eventos da sociedade sob uma perspectiva de emancipação das relações sociais vigentes da sociedade capitalista (NOBRE, 2008) .

²¹ Acesso em: 26/05/2021. Disponível em: <https://twitter.com/theorah/status/1134841857660379136>

atração sexual relata sua experiência como pessoa assexual e sua relação com a representatividade na mídia e com a série “Good Omens”.

Para Burgess (2019, @theorah), pessoas assexuais frequentemente são representadas na mídia de forma estereotipada, sendo retratadas como “frias”, “problemáticas” e até mesmo “sociopatas”. A artista revela, em seu relato, a sensação de que essa imagem retratada pela mídia é prejudicial para a forma como as pessoas assexuais são tratadas na sociedade, visto que esses estereótipos contribuem para um olhar hostil.

Burgess (2019, @theorah) ainda relata em seu trabalho que a série “Good Omens” se tornou uma de suas obras favoritas por retratar de forma positiva um relacionamento onde a autora conseguia se ver representada. A artista também afirmou que decidiu criar a história em quadrinhos para espalhar informações sobre assexualidade que ajudassem a esclarecer mais a respeito da temática.

Figura 3 - *Tweet* de Burgess explicando motivação para arte



Fonte: @theorah no *Twitter*

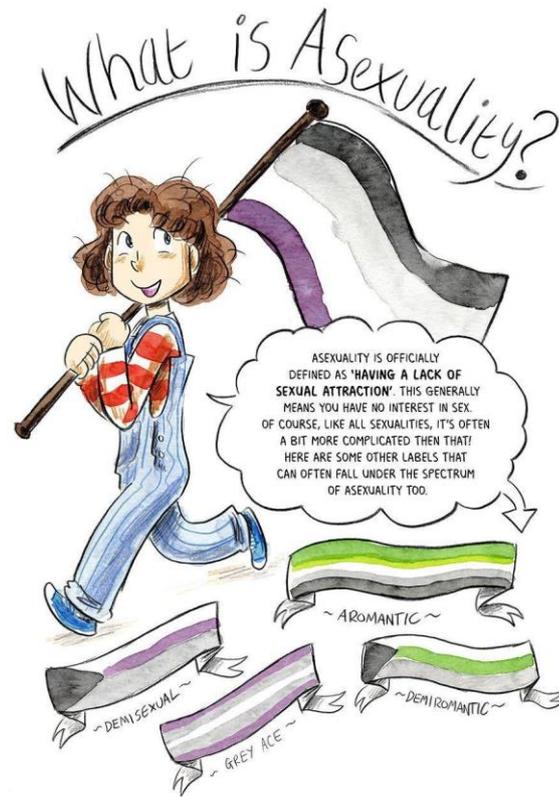
Transcrição do *tweet* traduzido

Em meio à minha história em quadrinhos sobre assexualidade eu estou fazendo pequenas páginas informativas ou anedóticas para dividirem os capítulos. Eu vou compartilhar quatro deles no próximo #MêsdoOrgulho²² para espalhar informações educacionais sobre assexualidade, já que eu percebi que muitas pessoas bem intencionadas estão confusas!

²² Quando fala em “Mês do Orgulho” a autora se refere ao movimento do orgulho LGBTQ+, que comemora o orgulho dessa luta no mês de junho.

Para facilitar a compreensão da obra traduzida a seguir, a pesquisadora optou por separar as páginas em quadinhos, transcrevendo e traduzindo os mesmos imediatamente. A estrutura original da narrativa foi preservada, portanto, a história estaria na mesma ordem se as páginas fossem anexadas inteiras.

Figura 4 - Página informativa sobre assexualidade



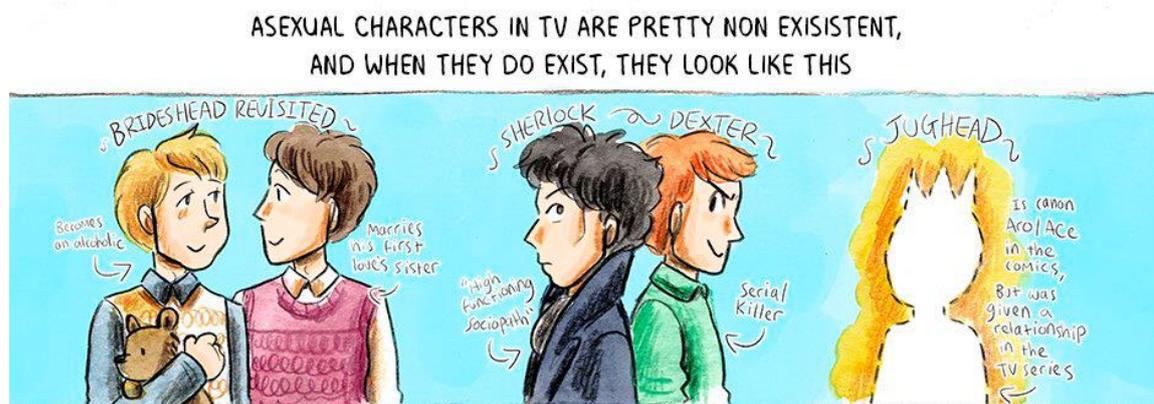
Fonte: @theorah no *Twitter*

Transcrição da história em quadinhos traduzida

Imagem: uma menina segura uma bandeira que representa pessoas assexuais; outras bandeiras simbolizando variações aparecem na parte de baixo.

Texto do quadrinho: O que é assexualidade? Assexualidade é oficialmente definida como ‘uma ausência de atração sexual’. Isso geralmente significa que você não tem interesse em sexo. Claro, como todas as sexualidades, é geralmente um pouco mais complicado que isso! Aqui estão alguns outros rótulos que podem comumente cair sob o espectro da assexualidade/Demissexual, Arromântico, Assexualidade Cinza, Demirromântico.

Figura 5 - Primeiro quadro da página contendo relato sobre assexualidade



Fonte: @theorah no *Twitter*

Imagem: cinco personagens de séries de televisão são desenhados. Os dois primeiros, um homem loiro segurando um ursinho de pelúcia e um homem moreno, ambos com expressões faciais serenas. Os dois personagens do meio são um homem moreno de casaco escuro e um homem ruivo. O último personagem é representado por um espaço vazio, mostrando que a forma como o mesmo foi descrito na série de televisão não condiz com a história em quadrinhos na qual foi baseado.

Texto do quadrinho, parte superior: Personagens assexuais geralmente não existem na televisão, e quando eles existem, eles são assim.

Texto do quadrinho ao redor dos dois primeiros personagens: Brideshead Revisited (nome da série da qual a autora está falando)/Se torna alcoolista (primeiro personagem)/Casa com a irmã do seu primeiro amor (segundo personagem).

Texto do quadrinho ao redor dos dois personagens do meio: Sherlock (nome da série)/"Sociopata altamente funcional" (terceiro personagem)/Dexter (nome da série)/Assassino em série (quarto personagem).

Texto ao redor do último personagem: Jughead (nome do personagem)/É arromântico e assexual nos quadrinhos, mas ganhou um par romântico na série de televisão.

Figura 6 - Segundo quadro da página contendo relato sobre assexualidade



Fonte: @theorah no *Twitter*

Imagem: uma pessoa faz perguntas a um casal, que reage com expressões de constrangimento. É possível ver que uma das personagens do casal é a mesma que aparece na página informativa sobre assexualidade.

Texto: Dificilmente esse é o maior dos problemas, mas contribui para a ignorância cultural a respeito do que a assexualidade é exatamente.../Vocês já tentaram? Como vocês sabem que são mais que amigas? Quero dizer, não é saudável, certo? (balões de fala do personagem)/...e para a ideia das pessoas a respeito de como um relacionamento saudável se parece.

Figura 7 - Terceiro quadro da página contendo relato sobre assexualidade



Fonte: @theorah no *Twitter*

Imagem: casal dorme abraçado. Enquanto uma das personagens está dormindo, a outra está acordada, com uma expressão preocupada em seu rosto. É o mesmo casal da imagem anterior e, pelo texto, é possível entender que a personagem que está acordada é a narradora da história.

Texto: Francamente, até eu acabo pensando assim às vezes:/Talvez eu devesse estar fazendo mais pela minha namorada? (balão de pensamento da personagem).

Figura 8 - Quarto quadro da página contendo relato sobre assexualidade



Fonte: @theorah no *Twitter*

Imagem: personagem narradora da história utilizando um computador.

Texto: Um dia, eu acabei me deparando com uma conversa online²³ sobre a série Good Omens. Alguém perguntou ao escritor, Neil Gaiman, se os dois personagens principais se amavam. A resposta dele?

Figura 9 - Quinto quadro da página contendo relato sobre assexualidade



Fonte: @theorah no *Twitter*

Imagem: a personagem está comovida, lendo o *tweet* feito pelo autor. Na sequência, ela aparece com uma expressão empolgada.

Texto: Absolutamente. (*tweet* de Neil Gaiman)/Awww! (balão de fala da personagem)/Eu não excluiria a ideia de que eles são assexuais, ou aromânticos, ou trans... Seja lá o que Crowley e Aziraphale são, é uma história de amor. (*tweet* de Neil Gaiman)/ Uau, o que?! (balão de fala da personagem).

²³ No texto está sendo mantida a grafia utilizada na história em quadrinhos, por isso a palavra *online* não aparece em itálico.

Figura 10 - Primeiro quadro da página contendo relato e *fanart*



Fonte: @theorah no *Twitter*

Imagem: casal assiste a série de televisão e a narradora da história aparece gradualmente com uma expressão comovida.

Texto: “Você vai rápido demais pra mim, Crowley”/“Mesmo se tudo terminar em uma poça de gosma ardente, saímos juntos”/“Posso convencê-lo a almoçar comigo?” (balões de fala saindo da televisão)/Depois de descobrir que o autor escreveu uma história que pudesse ser interpretada como uma história de amor assexual, eu fiquei muito empolgada para assistir Good Omens e a possível representação. Eu fiquei apaixonada!

Figura 11 - Segundo quadro da página contendo relato e *fanart*

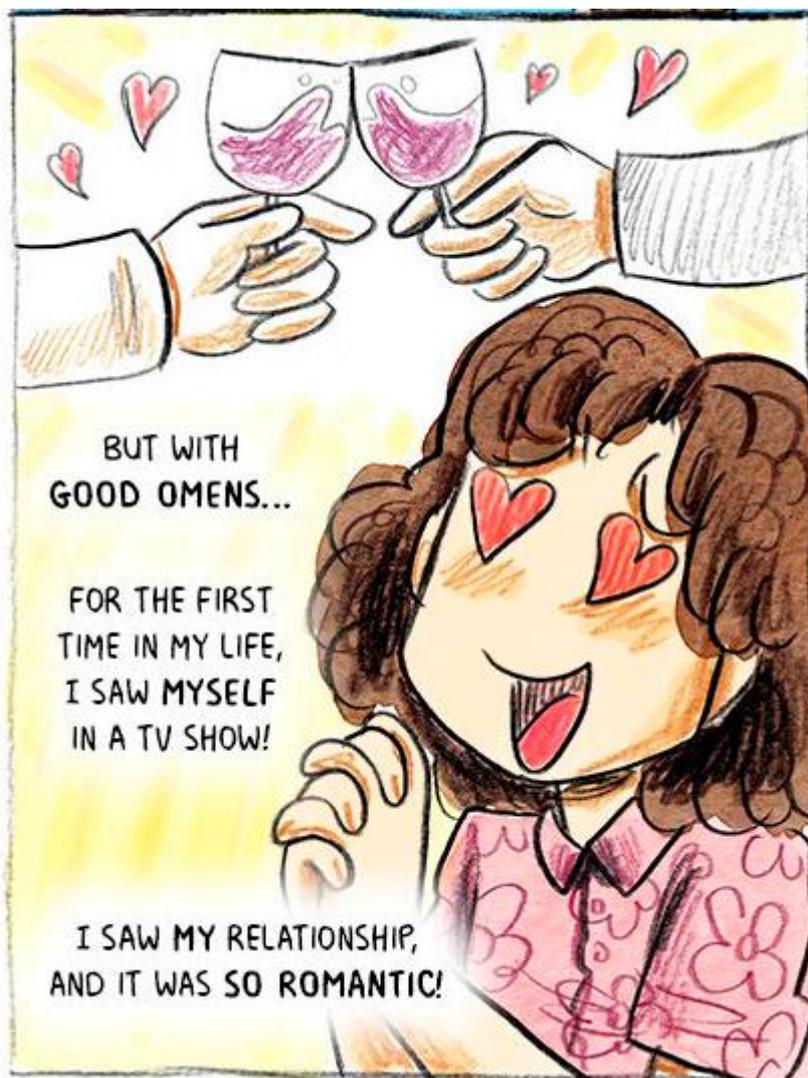


Fonte: @theorah no *Twitter*

Imagem: duas meninas aparecem com expressões faciais apaixonadas, falando sobre um casal se beijando. A narradora da história aparece em um canto, observando as duas com uma expressão intrigada.

Texto: Eu nunca fiquei empolgada com ‘ships’²⁴ antes. Eu nunca conseguia ver o que tinha de tão importante, nem me identificar.

Figura 12 - Terceiro quadro da página contendo relato e *fanart*



Fonte: @theorah no *Twitter*

Imagem: a narradora aparece com uma expressão apaixonada, vendo as mãos de dois personagens brindando. É uma referência à cena final da série “Good Omens”, onde Crowley

²⁴ A autora escreveu *ships* dessa forma e optou-se por manter a grafia original da obra.

e Aziraphale fazem um brinde. É possível identificar cada personagem pelas cores nas roupas. O braço vestido com cores claras é Aziraphale e o braço vestido com cores escuras é Crowley. Texto: Mas com Good Omens...Pela primeira vez na minha vida eu me vi em uma série de televisão! Eu vi o meu relacionamento, e era tão romântico!

Figura 13 - Quarto quadro da página contendo relato e *fanart*

GOOD OMENS IS NOW A FIRM FAVOURITE FOR ME.



**WHY? BECAUSE I SAW MY EXACT EXPERIENCE,
AND IT DIDN'T NEED KISSING OR TOUCHING TO BE
CONSIDERED REAL. OR WRITTEN OFF AS UNHEALTHY.
IT WAS A HAPPY, POSITIVE LOVE STORY.**

Fonte: @theorah no *Twitter*

Imagem: o personagem Crowley, vestindo cores escuras, e o personagem Aziraphale, vestindo cores claras, caminham juntos.

Texto: Good Omens é definitivamente uma das minhas séries favoritas. Por quê? Porque eu vi exatamente a minha experiência, e que não precisava de toque ou beijo para ser considerada real. Nem foi escrita de forma não saudável. Era uma história de amor feliz e positiva.

Figura 14 - Quinto quadro da página contendo relato e *fanart*



Fonte: @theorah no *Twitter*

Imagem: casal visto anteriormente nas figuras 6,7 e 10. A personagem vestindo cores escuras utiliza os mesmos óculos do personagem Crowley. A narradora da história aparece com uma expressão feliz e apaixonada. As duas estão dispostas de maneira a fazer um paralelo com Crowley e Aziraphale no quadrinho da figura 13.

Texto: Uau, representatividade é incrível!

Componentes explícitos da obra: utilizando-se do critério definido por Sousa (2014) como Real, que foge das determinações de sentido, pode-se perceber que alguns elementos estão explícitos na obra e escapam da ordem da interpretação.

Está claro no texto que a autora encontra-se insatisfeita com as representações da assexualidade na mídia, as quais ela considera nocivas para a forma como as pessoas assexuais são vistas pela sociedade. Portanto, é possível afirmar que a busca por representação adequada nas mídias tradicionais está explícita na história em quadrinhos.

A identificação com personagens que a autora julga serem uma representação adequada da assexualidade também aparece de forma explícita, como pode-se observar no texto da figura 13, onde a artista relata ter visto sua exata experiência romântica na série “Good Omens”.

Outro elemento que aparece de forma explícita no texto é a necessidade de compartilhar informações sobre a comunidade da qual faz parte. A história em quadrinhos, como é possível ver na figura 3, surgiu dessa necessidade que a autora identificou de esclarecer o que é assexualidade. Embora o faça através de um relato pessoal, Burgess (2019, @theorah) inseriu páginas de caráter informativo em meio à história, como é o caso da figura 4.

Discurso implícito das obras: utilizando-se do critério definido por Sousa (2014) como Imaginário, ou seja, as projeções que podem ser realizadas sobre o objeto, é possível interpretar diferentes discursos que aparecem de forma implícita na obra analisada.

Unindo os dois elementos explícitos citados anteriormente, a necessidade de comunicação e a identificação com personagens fictícios, é interpretável que obras ficcionais que dispõem de uma representação adequada podem ajudar a compartilhar informações sobre grupos marginalizados dentro da sociedade.

Como foi visto no segundo capítulo do presente trabalho, os grupos culturalmente marginalizados, conforme Beltrão (1980), são aqueles que se opõem de alguma forma à cultura e/ou organização social estabelecida pelos grupos dominantes. No relato de Burgess (2019, @theorah) é possível perceber que há um discurso dominante contrário à assexualidade.

Na figura 6, o casal não apenas é constrangido pelos questionamentos, mas a protagonista também se sente pressionada a mudar, como aparece na figura 7. O personagem que a interroga em seu relato representa as diferentes ocasiões em sua vida onde ela se sentiu desconfortável por conta da posição que a sociedade ao seu redor assumiu a respeito de sua identidade.

A sua participação no Mês do Orgulho LGBTQ+ mostra que ela faz parte de um grupo maior de pessoas cuja identidade se opõe a uma norma pré-estabelecida. Em 1980, Beltrão já identificava os homossexuais como um grupo culturalmente marginalizado. A expansão dessa comunidade também passa pelas experiências individuais de seus membros. Santos (2019) fala a respeito das Epistemologias do Sul, ou seja, do conhecimento que se constrói na

experiência de grupos que vivenciam diferentes formas de opressão, e essa ideia remete ao trabalho de Burgess (2019, @theorah).

Assim, constata-se que a assexualidade faz parte de um grupo culturalmente marginalizado. Partindo do ponto de vista das Epistemologias do Sul, o relato de Burgess (2019, @theorah) também contribui para a construção de conhecimento, visto que é uma vivência de uma pessoa que experiencia a opressão.

Para Beltrão (1980), os grupos marginalizados se utilizam da *Folkcomunicação* para se comunicarem. Pode-se notar, no relato da obra analisada, que a autora, enquanto parte de uma comunidade culturalmente marginalizada, não tem sua necessidade de comunicação contemplada pelos veículos tradicionais. Ela recorre, então, à cultura popular para compartilhar informações.

Dias (2009) destaca como característica da cultura popular o fato de que ela é consumida principalmente por quem a produz. É possível perceber esse fenômeno no mundo das comunidades de fãs. As *fanfics* e *fanarts* são produzidas pelos fãs que admiram uma obra. Elas acabam sendo consumidas, também, por outros fãs da série, filme ou livro em questão.

De acordo com Fernandes et al. (2013) a *Folkcomunicação* é um processo que estuda o popular em um contexto massivo e propicia a intermediação entre ambos. Tal entremeio também está presente na obra analisada. Duffett (2013) afirma que, nas comunidades de fãs, grupos marginalizados podem transformar a cultura de massas em cultura popular, pois eles se apropriam dos conteúdos da grande mídia e os transformam em uma produção que serve aos seus interesses.

Essa transformação ocorre no trabalho de Burgess (2019, @theorah), pois a autora se apropria de elementos advindos da cultura de massa e os converte em uma produção que serve aos interesses do grupo marginalizado do qual faz parte. Assim, é possível afirmar que a *Folkcomunicação* está presente no quadrinho analisado.

Também pode-se refletir a respeito do impacto positivo de obras que representam de forma adequada esses grupos marginalizados. A experiência particular da autora é essencial para a construção de um discurso em prol da visibilidade do grupo do qual ela faz parte. Pode-se dizer que há uma “propriedade” em sua fala, especialmente do ponto de vista das Epistemologias do Sul.

A representatividade que ela encontra na obra “Good Omens” lhe fornece meios para explicar a importância que essa visibilidade saudável e positiva tem para o grupo do qual ela

faz parte. Da mesma forma, ela consegue fazer um paralelo com os muitos resultados negativos advindos de um retrato nocivo feito pela mídia a respeito dos assexuais.

O jornalismo também está presente, visto que é uma obra de caráter informativo. Para Beltrão (1960,) o jornalismo está essencialmente ligado ao ato de informar, de modo que esses dois conceitos são inseparáveis, sendo o fazer jornalístico uma atividade informacional. O autor afirma que o compartilhamento de informações é essencial para impulsionar diferentes grupos da sociedade à ação. Assim, evidencia-se o quão vital é o jornalismo para essas comunidades marginalizadas.

Além de compartilhar informações que ajudam a diminuir o preconceito sofrido por esses grupos, o jornalismo os ajuda a se organizarem ao redor de seus objetivos. Através do trabalho de Burgess (2019, @theorah), a autora pôde demonstrar a importância de reivindicar representações adequadas na mídia, enquanto informava a respeito de sua comunidade. Aí reside um aspecto essencial do fazer jornalístico, a promoção de ideias que impulsionem os indivíduos a agirem em prol do bem comum, que é a finalidade do jornalismo (BELTRÃO, 1960).

Assim, é possível perceber que as informações compartilhadas por Burgess (2019, @theorah) são, simultaneamente, de caráter jornalístico e *Folkcomunicacional*. Não tendo suas necessidades de comunicação contempladas por outras mídias, a autora recorre aos veículos *Folkcomunicacionais* para informar. Sua obra utiliza-se de *fanarts* para atingir estas finalidades, dialogando diretamente com o *fandom* de “Good Omens” ao mesmo tempo em que produz uma obra que fala com o público em geral.

Também é perceptível o importante papel que o ciberespaço desempenha no compartilhamento dessas informações. Lévy (1999) afirma que esse meio propicia a comunicação com uma facilidade inédita. Por conta da *internet*, a autora não precisa obrigatoriamente imprimir seu trabalho para conseguir alcançar repercussão. As comunidades virtuais que buscam consumir e compartilhar esse conteúdo informativo a respeito dos assexuais podem encontrar o trabalho em meio aos demais *tweets* relacionados ao mês do orgulho LGBTQ+.

Diálogo com a comunidade de fãs: a busca por representatividade aparece em outros trabalhos dentro da comunidade de fãs de “Good Omens”, como é o caso das próximas obras analisadas.

As *fanarts* criadas por Nolasco (2020, @atxnolasco) são componentes de um fanzine organizado pela artista. As duas artes foram postadas no *Twitter*²⁵ para anunciar que ainda havia algumas cópias do material disponíveis para compra. O fanzine em questão conta com obras de vários artistas relacionadas à “Good Omens”.

Nas *fanarts* de Nolasco (2020, @atxnolasco), ocorre *racebending* do personagem “Aziraphale”, o que a autora afirmou ser um *headcanon*, ou seja, a mitologia criada por um indivíduo a respeito uma obra (SIMONE, 2012), de como ela imagina os personagens no livro que inspirou a série.

O *racebending*, conforme Booth (2018,) acontece quando um personagem é modificado em prol da diversidade racial. Essa alteração aparece também em *fanarts* de outros fãs, como é o caso das obras de Francis (2019, @cloudycharm), também postadas no *Twitter*²⁶ e componentes do fanzine.

Figura 15 – *Fanart* de Nolasco



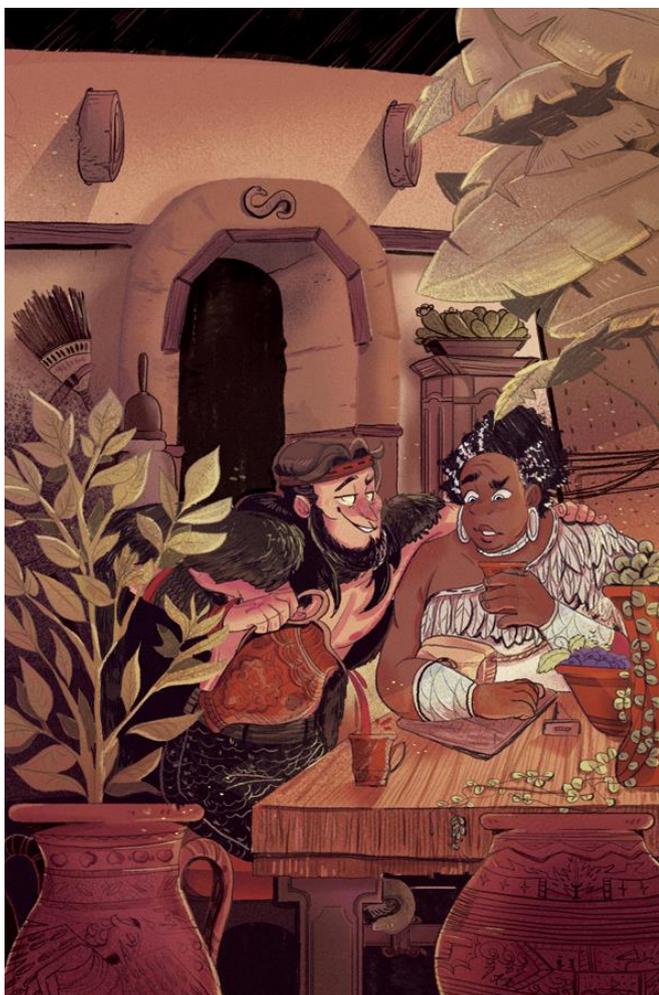
Fonte: @atxnolasco no *Twitter*

²⁵ Acesso em: 29/05/2021. Disponível em: <https://twitter.com/atxnolasco/status/1285332399224651777>

²⁶ Acesso em: 29/05/2021. Disponível em: <https://twitter.com/cloudycharm/status/1181982204152274944>

Imagem: na *fanart*, os personagens Aziraphale e Crowley aparecem desenhados conforme o *headcanon* da artista. Crowley aparece em uma escada, tentando avisar Aziraphale sobre a chegada do Cavalo de Tróia²⁷. Aziraphale é representado como um personagem negro no traço de Nolasco (2020, @atxnolasco).

Figura 16 - *Fanart* de Nolasco

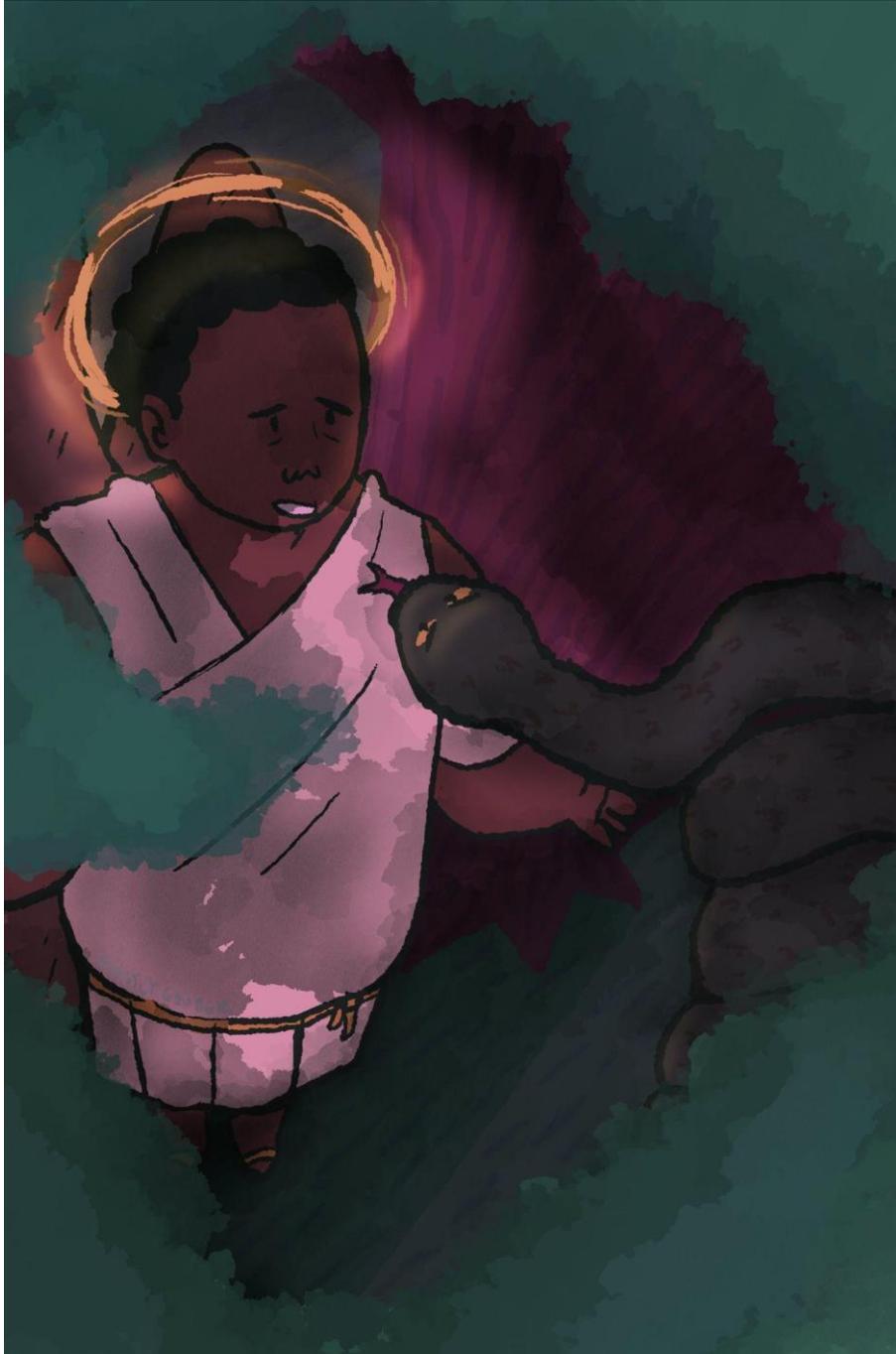


Fonte: @atxnolasco no *Twitter*

Imagem: a segunda *fanart* também mostra os dois personagens desenhados conforme o *headcanon* da artista. Como foi explicado no quarto capítulo, Crowley e Aziraphale são um demônio e um anjo que se conhecem desde o princípio da história da Terra, por isso nas *fanarts* escolhidas eles aparecem em diferentes contextos históricos.

²⁷ Na mitologia grega, o Cavalo de Tróia foi um ponto decisivo na guerra de Tróia. Diversos soldados gregos entraram dentro de um cavalo de madeira oco que foi dado como um presente ao rei da cidade. Uma vez dentro de Tróia, os guerreiros invadiram e destruíram a cidade, vencendo a guerra (HARD, 2004).

Figura 17 – *Fanart* de Francis



Fonte: @cloudycharm no *Twitter*

Imagem: na *fanart* de Francis (2019, @cloudycharm), Aziraphale também aparece com *racebending* como um personagem negro. Crowley aparece em sua forma de serpente, conforme mencionado no quarto capítulo.

Figura 18 – *Fanart* de Francis



Fonte: @cloudycharm no *Twitter*

Imagem: na *fanart* os personagens aparecem andando de carro. É possível ver que tanto Crowley quanto Aziraphale passaram por *racebending* nesse caso.

Componentes explícitos da obra: partindo do critério de análise Real, é possível compreender, na esfera dos elementos explícitos das *fanarts*, que os artistas recorrem a criações pessoais que contemplem seus interesses. Está clara a presença do *racebending* e dos *headcanons*.

As postagens das obras no *Twitter* também são de caráter informativo, visto que possuem o intuito de anunciar a publicação independente na qual estão inseridas e, conforme Beltrão (1960), a variedade é um atributo do jornalismo e corresponde à abrangência de temas, incluindo aqueles relacionados à arte e à cultura.

Discurso implícito das obras: partindo do critério Imaginário, é possível projetar sobre a obra diferentes interpretações a respeito do significado que acompanha os conteúdos explícitos presentes no material.

A presença dos *headcanons* remete ao fascínio e à frustração mencionados por Jenkins (2009). Cativados pelo universo de “Good Omens”, os artistas criam suas obras, porém, complementam as mesmas com elementos dos quais sentiram falta no cânone original. O fato de esses elementos ausentes serem contemplados pelo *racebending* implica numa busca por mais diversidade.

Nessas *fanarts* também identifica-se um processo de comunicação de grupos marginalizados. A busca por uma representatividade com mais diversidade racial também pode ser compreendida como um caminho para a luta contra a opressão racial que implica no racismo. Conforme Santos (2019), existem diversas maneiras através das quais os grupos oprimidos podem lutar para se libertar das opressões sofridas em seu cotidiano. A arte, conforme visto no segundo capítulo, pode ser um desses meios.

Os personagens Crowley e Aziraphale, na série “Good Omens”, são interpretados por atores brancos. As *fanarts* com *racebending* demonstram um desejo dos fãs de ver um protagonismo mais diverso nesse sentido. Eles se utilizam, então, da arte como um meio para comunicar esses anseios, enquanto lutam por mais representatividade dentro das mídias tradicionais.

Santos (2019) afirma, que nem sempre as lutas contra a opressão envolvem um confronto direto e que, muitas vezes, elas aparentam ser passivas, mas representam oposição de alguma forma. Portanto, mesmo que essas *fanarts* não manifestem explicitamente um descontentamento com o espaço ocupado por personagens negros nas mídias tradicionais, elas denotam um inconformismo.

Inconformados com a ausência que sentem, os fãs recorrem às suas criações próprias, que são feitas e consumidas por membros do mesmo grupo (no caso, o *fandom* de “Good Omens”). Conforme Jenkins (2009), os meios de comunicação dominantes frequentemente monopolizam as interpretações a respeito das obras e as comunidades de fãs e suas criações quebram esse monopólio, gerando diferentes olhares e perspectivas sobre um mesmo objeto.

Assim, embora não resultem em um confronto direto, as *fanarts* combatem a dominação exercida pelas mídias tradicionais no campo das interpretações artísticas. Elas constituem, portanto, uma luta contra a opressão direcionada a um grupo culturalmente marginalizado.

Nas *fanarts* analisadas há também um caráter que se relaciona com a cultura popular, visto que são produzidas por fãs e direcionadas a eles. O fanzine do qual fazem parte é um material cujo maior público-alvo são os fãs de “Good Omens”, e é produzido por artistas que também se intitulam fãs da série. Essa produção com traços da cultura popular se apropria de conteúdos advindos das mídias tradicionais. Assim, há uma intermediação entre o massivo e o popular.

Dessa forma, é possível perceber que as *fanarts* produzidas por Nolasco (2020, @atxnolasco) e Francis (2019, @cloudycharm) apresentam características da *Folkcomunicação*. O jornalismo também permeia essas obras, assim como permeia as manifestações comunicacionais dos grupos culturalmente marginalizados. Além de serem publicadas com intuito informativo (pois anunciam a publicação do fanzine), elas carregam uma motivação intrínseca ao jornalismo, a busca pelo bem comum (BELTRÃO, 1960).

A luta pelo fim da opressão em todos os campos nos quais ela ocorre é, também, uma jornada que visa o bem comum, visto que combate uma violência imposta a diferentes grupos da sociedade. Bucci (2000) afirma que o jornalismo dá voz a diversas opiniões e pensamentos, e que é essa diversidade que compõe o fazer jornalístico e sustenta sua ética.

Assim, é possível perceber o quanto a *Folkcomunicação* está ligada ao jornalismo e, estando presente nas comunidades de fãs, viabiliza uma conexão entre os *fandoms* e o fazer jornalístico. Esses grupos marginalizados que precisam encontrar outros meios para atenderem às suas demandas comunicacionais necessitam que o jornalismo amplifique suas vozes.

Diálogo com a comunidade de fãs: tanto as obras de Francis (2019, @cloudycharm) quanto de Nolasco (2020, @atxnolasco) possuem uma abordagem voltada para a diversidade racial.

Elas dialogam, no entanto, com o trabalho de Burgess (2019, @theorah), pois advém do anseio dos criadores em retratar os personagens de uma maneira que contemple grupos específicos dentro da sociedade.

Enquanto o trabalho de Burgess (2019, @theorah) explora possíveis interpretações a respeito da construção dos personagens em “Good Omens”, o de Francis (2019, @cloudycharm) deliberadamente altera a forma como os mesmos são representados na série.

O trabalho de Nolasco (2020, @atxnolasco) encontra-se situado entre as motivações das obras dos outros dois artistas, visto que parte do princípio que a descrição física dos personagens no livro permite essa interpretação, mas a forma como eles são representados na adaptação para a televisão (por atores caucasianos) não contempla o mesmo olhar.

Freire (1997) afirma que os grupos oprimidos não precisam ser libertados, e sim, se libertarem. Por isso, destaca-se a importância do envolvimento que a comunidade de fãs tem com os temas que caracterizam suas lutas coletivas. Para Kligler-Vilenchik (2016), os *fandoms* propiciam um engajamento cívico que leva ao surgimento de um “ativismo de fãs”, o que demonstra que há uma possibilidade de converter as conexões dentro das comunidades de fãs em um esforço em prol do bem comum.

Há uma importância nas produções do oprimido pois, conforme Santos (2019), mesmo aquelas que envolvem uma oposição sutil à opressão ainda são formas de luta. Nesse contexto, o jornalismo, além de dar voz a esses grupos, ainda pode encontrar obras de teor jornalístico dentro das *fanarts*. É o caso do trabalho de Burgess (2019, @theorah), que é informativo.

Beltrão (1980) afirma que os veículos de comunicação dominantes precisam apurar as respostas advindas dos grupos marginalizados. Caso contrário, podem acabar cessando suas atividades. O autor constatou que havia uma dicotomia entre classes, onde os grupos que ele definiu como “não organizados” encontravam dificuldades para participar de um processo de comunicação que era dominado pelas elites (definidas pelo autor como o grupo “organizado”).

Essa reflexão é importante, pois mostra que tanto os grupos “organizados” quanto “não organizados” encontram desafios por conta da divisão que há entre eles. Enquanto as elites sofrem a possibilidade de cessar suas atividades por conta do afastamento com relação à resposta do público, os indivíduos que se encontram à margem do processo de comunicação precisam recorrer a meios alternativos para suprirem suas necessidades.

Tal dicotomia pode ser vencida pelo estudo das obras advindas da *Folkcomunicação*, e os produtos das comunidades de fãs aqui analisados estão entre essas possibilidades de

mensuração. Beltrão (1980) utilizou o jornalismo como um exemplo de de comunicação que precisaria apurar a resposta do público, o que faz com que as análises sobre os materiais aqui explorados seja, também, de interesse jornalístico.

Dentro do ciberespaço, já é possível perceber o quanto essa dicotomia ameaça o jornalismo. O fenômeno do *Groundswell*, definido por Li e Bernoff (2011) como uma tendência onde as pessoas se utilizam das tecnologias para atingir seus objetivos de forma independente das mídias tradicionais, é um exemplo. A *internet* facilitou uma atividade paralela dos usuários com relação ao jornalismo, mas a ausência do trabalho do jornalista, verificando as informações, afeta a sociedade de forma negativa (com o alastramento das notícias falsas, por exemplo).

Por isso, as reflexões de Beltrão (1980) são primordiais para o trabalho do jornalista no contexto da era digital. As dicotomias entre elite e grupos marginalizados são dilemas de reciprocidade. Conforme visto no segundo capítulo, a comunicação de massa não possibilita uma resposta direta dos indivíduos, que recorrem à *Folkcomunicação*, em um ímpeto de participarem do processo comunicacional do qual são excluídos.

Esse desejo de comunicação pode aparecer de diferentes formas e, no caso das comunidades de fãs, ele se manifesta em uma dualidade substancial. No âmago da motivação do fã está a sua admiração e sua frustração, um sentimento já dúbio com relação ao objeto. Mas essas ausências na obra original que o levam a criar outras obras, tais como as *fanfics* e *fanarts* aparecem, por vezes, como interesses marginalizados, como tem-se visto na presente análise.

Portanto, observa-se que o fã segue dois caminhos de ausência: as faltas pessoais e as faltas sociais. As faltas pessoais podem ser entendidas como interpretações subjetivas da obra que o indivíduo gostaria de ter visto, mas que não aconteceram no universo do objeto admirado. As faltas sociais são aquelas que se comunicam com o coletivo do qual fazem parte, os grupos marginalizados e a *Folkcomunicação*.

É possível constatar, através dessas reflexões, que os fãs têm encontrado maneiras de suprir a ‘pontada de fome’ que sentem com relação às obras que admiram. Em suas *fanfics* e *fanarts* eles nutrem o vazio deixado pelas ausências advindas de seus objetos de admiração. Mas atravessar essa dualidade precisa ser um movimento recíproco, o que ressalta a importância de o jornalismo averiguar essas respostas e entender esses grupos.

Se os dilemas de reciprocidade não forem solucionados, haverá eternamente uma ruptura entre as elites e os grupos marginalizados. Há de atravessar-se esse caminho,

provando que, diferentemente do universo de “Good Omens”, não existem fronteiras de céu e inferno entre a comunicação de massa e a comunicação popular. A *Folkcomunicação* é mais do que uma união desses dois lados, ela é a criação de uma nova via, pela qual a dicotomia constatada por Beltrão (1980) pode ser solucionada.

A comunidade de fãs da série “Hannibal” também conta com artes que modificam a forma como os personagens são retratados originalmente. Um exemplo é a *fanfic* da autora Lemos (2020, @ashtraygxr1), postada na plataforma de publicação de histórias Wattpad²⁸ (sob o user de “folhasvelhas”) e divulgada no *Twitter*²⁹.

Na obra, a autora opta pelo *genderswap* (quando se transforma um personagem do gênero masculino em feminino, por exemplo) de todos os personagens da série. É possível perceber, no entanto, o quanto o enredo foca nas personagens femininas (originalmente homens), de modo que a maioria das cenas é composta por mulheres, que protagonizam a história.

A autora ainda faz uma introdução com os nomes das novas versões, elencando atores e atrizes que ela imagina no papel dos personagens. Ela sugere as atrizes Tilda Swinton, Tatiana Maslany e Tahaji P. Henson como, respectivamente, Hannibal Lecter, Will Graham e Jack Crawford. Há também uma modificação dos nomes para complementar o *genderswap*, transformando Hannibal em Annabel, Wil em Willow e Jack em Jackie.

No trecho selecionado na figura 19 é possível ver um momento de diálogo onde todos os personagens em cena são do gênero feminino. A cena se propõe a representar o momento em que Annabel e Willow se conhecem, por intermédio de Jackie.

²⁸ Acesso em: 30/05/2021. Disponível em: <https://www.wattpad.com/907383572-o-fechar-dos-olhos-introdu%C3%A7%C3%A3o>

²⁹ Acesso em: 30/05/2021. Disponível em: <https://twitter.com/ashtraygxr1/status/1279578735679856642>

Figura 19 - Trecho de *fanfic*

Alguns dias após o evento, Willow se dirigiu novamente à sala de Jackie, onde teriam uma breve reunião com a Dra. Lecter.

Ao chegar, ambas já estavam lá. Crawford estava sentada em sua mesa de frente para a porta e Annabel de costas. A agente podia ver seus cabelos loiros na altura do pescoço e sua camisa marfim de seda com aparência cara.

Jackie se levantou para recebê-la e apresentá-la à doutora.

- Dra. Lecter, essa é Willow Graham, nossa agente especial da Unidade. Graham, Dra. Lecter, psiquiatra.

- Prazer em conhecê-la. - disse Annabel em um tom cordial, levantando-se e estendendo a mão. Graham percebeu que ela usava uma saia preta e sapatos de salto também pretos, todos impecáveis. Possuía olhos azuis pálidos, era magra e alta. Seus cabelos acima do ombro emolduravam suas feições marcantes.

Fonte: folhasvelhas no Wattpad

Figura 20 - Capa da *fanfic*



Fonte: @ashtrayxrl no *Twitter*.

Imagem: na imagem utilizada como capa da *fanfic* e compartilhada no *Twitter* é possível ver as atrizes escolhidas para representar Annabel e Willow (Hannibal e Will). O título da *fanfic* e nome da autora também aparecem.

Figura 21 - Arte da *fanfic*



Fonte: @ashtraygxr1 no *Twitter*.

Imagem: a imagem é mais uma arte feita para complementar a *fanfic* e mostra a protagonista da história e uma citação da série³⁰.

O *genderswap* de personagens da série “Hannibal” aparece em obras de outros fãs, como é o caso do trabalho de Cailloux (2020, @CamilleCailloux). Nas *fanarts* publicadas no *Twitter*³¹, as personagens ganham novos nomes e um enredo romântico sob a alcunha de *shipp* de “hannigram” (união dos nomes dos personagens “Hannibal Lecter e Will Graham”), assim como na *fanfic* de Lemos (2020, @ashtraygxr1).

Entre as *fanarts* de Cailloux (2020, @CamilleCailloux), a artista imagina e cria diversos cenários para o *shipp* “hannigram”, incluindo uma obra onde ela retrata os personagens envelhecendo juntos³². Assim, é possível perceber que as modificações realizadas pelos fãs na forma como os personagens são representados atendem a diferentes anseios dos criadores a respeito da obra.

Figura 22 - *Fanart* de “hannigram”



Fonte: @CamilleCailloux no *Twitter*

³⁰ “Sempre que possível deve-se comer os rudes”.

³¹ Acesso em: 30/05/2021. Disponível em: <https://twitter.com/CamilleCailloux/status/1330979941408780289>

³² Acesso em: 30/05/2021. Disponível em: <https://twitter.com/CamilleCailloux/status/1335942859510394882>

Imagem: Hannibal (à esquerda) e Will (à direita) aparecem na *fanart* que contém *genderswap*. Os personagens repetem frases da série³³. Hannibal aparece com uma expressão facial de interesse enquanto a personagem que representa Will mostra-se desinteressada.

Figura 23 - Fanart de “hannigram”



Fonte: @CamilleCailloux no *Twitter*

Imagem: na *fanart*, os personagens Will (lado esquerdo) e Hannibal (lado direito) aparecem como idosos. Suas expressões faciais são afetuosas e o contexto da arte é romântico.

Além do *genderswap*, que deliberadamente modifica o gênero dos personagens, algumas *fanarts* adicionam aspectos da feminilidade à forma como figuras masculinas são retratadas. É o caso da arte da usuária @Clovertea_t (2020)³⁴, que retrata o personagem Will Graham como a deusa grega Perséfone³⁵.

³³ “Eu não acho você tão interessante”, “Vai achar”.

³⁴ Acesso em: 30/05/2021. Disponível em: https://twitter.com/Clovertea_t/status/1278165282146496512

³⁵ Deusa grega do submundo e dos mortos e também da fertilidade da terra, foi raptada por Hades, deus grego do submundo, para ser sua noiva (HARD, 2004).

Figura 24 – *Fanart* de Will Graham como Perséfone



Fonte: @Clovertea_t no *Twitter*

Imagem: o personagem Will Graham aparece como a deusa Perséfone. A presença da criatura mitológica Cerberus (o cão gigante de três cabeças), ao fundo, indica que ele está no submundo.

Componentes explícitos das obras: partindo do critério Real, pode-se afirmar que estão demonstrados de forma explícita nas obras os seguintes componentes: *Genderswap* dos personagens, que resulta em maior presença feminina nas histórias. Também é possível

perceber que os artistas criam diferentes cenários que atendem às suas expectativas com relação à obra.

Outro componente explícito é a presença de enredos homorromânticos na constituição das histórias. No caso da figura 24 está clara a presença de elementos associados à feminilidade aplicados a personagens masculinos. Tanto neste caso quanto no caso das *fanarts* que se utilizam do recurso do *genderswap* é possível perceber que o feminino está fortemente presente nos materiais escolhidos, excluindo-se apenas a figura 23.

Discurso implícito das obras e diálogo com a comunidade de fãs: apoiando-se nos critérios Imaginário e Interdiscursivo, parte-se dos enunciados explícitos das obras para interpretar a presença de um interesse por parte dos artistas em representar os personagens de diferentes formas que não são contempladas pelo objeto original. Ao compreender o discurso implícito dessas obras, analisa-se também o diálogo entre diferentes textos.

Nas criações que envolvem *genderswap*, os autores podem imaginar que a história principal da série se desenrola com protagonistas mulheres. É possível perceber, também, que os fãs quebram padrões de gênero e de sexualidade na forma como os personagens são retratados em suas obras.

Em uma busca que visa uma maior variedade de representações de gênero e sexualidade, as *fanarts* e *fanfics* selecionadas acabam se relacionando com a arte feminista, que conforme D'Alleva (2005), consiste em um olhar do movimento sobre o mundo artístico, que se atém à presença da mulher tanto na obra em si como em sua produção. Isso significa que tanto a forma como as mulheres são retratadas na arte quanto as artistas e consumidoras que giram em torno de uma obra são preocupações da arte feminista.

Para Hellekson e Busse (2014), as *fanfics* estão ligadas aos interesses das mulheres e até mesmo do feminismo. Este, segundo Hooks (2000), é um movimento que busca acabar com a opressão advinda do sexismo. Assim, percebe-se que, em determinados casos, é plausível considerar as produções de fãs como arte feminista. Para tanto, é preciso que essas obras apresentem de alguma forma, as preocupações citadas anteriormente.

Estas se encontram presentes nas obras analisadas, visto que há tanto a representação da mulher na arte, quanto a presença de mulheres artistas responsáveis pelas *fanarts* e *fanfics* aqui estudadas. Porém, além das criadoras, consumidoras e objetos dentro da esfera que está aqui sendo objeto de análise, é possível citar outro aspecto presente nas obras que se entrelaça com a arte feminista - a feminilidade.

No caso da *fanart* da figura 24, que representa Will Graham como a deusa Perséfone, pode-se notar que o gênero do personagem não foi alterado, como acontece nas obras que se utilizam do *genderswap*. No entanto, a identidade de uma figura feminina é atribuída ao personagem.

A presença da simbologia de uma deusa grega denota a busca por elementos associados ao feminino e, no caso da história do mito, a *fanart* carrega uma referência ao casal mitológico Hades e Perséfone, que constituem um paralelo com o *shipp* “hannigram”. Hades, tal qual Hannibal, carrega elementos macabros em sua constituição (relação direta com a morte). Eles são acompanhados por figuras que, de certo modo, são “corrompidas” para fazerem parte de seu estilo de vida; no caso, Perséfone e Will.

É possível perceber, tanto nas *fanarts* que optam pelo protagonismo feminino quanto no trabalho que aplica uma simbologia de feminilidade, como essas obras se apropriam de espaços ocupados por uma ideologia dominante para representar seus interesses. Criadoras que fazem parte de um grupo oprimido pelo sexismo (HOOKS, 2000), através das *fanarts* e *fanfics*, utilizam-se dos espaços de protagonismo masculino para veicular suas ideias.

Essas autoras e artistas lançam uma luz de feminilidade em um universo criado por elas, onde rejeitam os padrões de gênero em prol de uma construção feminina das histórias. Personagens que usualmente seriam representados de forma viril têm a “permissão” dessas criadoras para serem delicados. Ao mesmo tempo, elas se preocupam em colocar as personagens femininas em posições de protagonismo e poder, liderando e ocupando um grande espaço dentro de algumas das histórias selecionadas.

Mesmo em *fanarts* que não carregam elementos de feminilidade, como é o caso da figura 23 com a imagem do *shipp* “hannigram”, as relações de afeto construídas são horrorromânticas. Assim, ainda que não estejam preocupadas com os retratos do feminino, as características de oposição à cultura dominante e normativa aparecem, havendo espaço para histórias que valorizam os grupos culturalmente marginalizados.

Conforme visto no quarto capítulo, Bacon-Smith (1992) evidenciou em seus estudos a relação entre as produções de fãs e a forma como as mulheres eram retratadas nas obras artísticas. A personagem “Mary Sue” representava, de forma exagerada e caricata, um padrão comum de representação feminina, onde a personagem era sempre passiva e submissa (mesmo que tivesse diversos talentos), inocente, modesta e condizente com os modelos de beleza da sociedade.

Bacon-Smith (1992) concluiu que essa era a figura da “mulher ideal”, que era imposta às meninas desde muito cedo e que, através de suas *fanarts* e *fanfics*, elas encontravam meios de vencer esse padrão, criando histórias que as representassem. Na análise das obras produzidas pelo *fandom* de “Hannibal”, surge uma reflexão a respeito da intermediação que as comunidades de fãs oferecem entre as mulheres e a forma como elas gostariam de ser representadas.

É plausível pensar que a insatisfação dessas fãs não esteja direcionada apenas às obras que elas admiram, mas à sociedade como um todo. Podem-se considerar casos onde nem sequer haja uma frustração com relação ao objeto, mas sim uma projeção que se utiliza de um universo que lhes fascina para imaginar cenários que lhes são negados pela cultura dominante.

A afeição que as fãs possuem pelos objetos (nesse caso, a série “Hannibal”) fornece material para que elas criem cenários de protagonismo feminino que vencem as barreiras impostas pela cultura dominante e opressora da sociedade ao seu redor. Ocorre uma apropriação feminina de espaços majoritariamente masculinos amparados pela inclusão das autoras em um universo que elas admiram.

As fãs podem criar personagens projetados sob um olhar feminino, sem os estereótipos históricos (como a “Mary Sue”, por exemplo) que acompanham a forma como as mulheres são retratadas. Conforme Kligler-Vilenchik (2016), as conexões criadas dentro das comunidades de fãs podem impulsionar um ativismo político. Esse ambiente de acolhimento, advindo tanto da afinidade com outros membros do *fandom*, quanto do conforto de uma obra que é admirada, pode ser saudável o suficiente para encorajar um engajamento com temáticas sociais, como o feminismo, por exemplo.

Essas criações que ampliam o espaço das mulheres nas histórias podem ser compreendidas como uma reparação que as autoras fazem com relação aos estereótipos impostos às figuras femininas dentro da sociedade. Nos *fandoms*, as autoras têm a oportunidade de combater a exclusão de personagens femininas e conceder a elas o protagonismo das narrativas.

Quando almejam um espaço, os grupos marginalizados podem se utilizar dos recursos imaginativos advindos das criações artísticas para conquistá-los. As mulheres não precisam aguardar por personagens que as representem, elas podem criá-las, mudar o gênero de heróis, vilões, protagonistas e antagonistas que admiram quando bem entendem.

Os *fandoms* proporcionam uma chance aos grupos que não se veem nas narrativas propagadas pelos veículos tradicionais de conquistarem espaços que lhes foram negados.

Sendo deixados à margem das narrativas, eles têm a liberdade de protagonizar, reimaginar e adaptar esses enredos aos seus interesses.

No caso das mulheres fãs, elas encontram nas *fanarts* e *fanfics* uma possibilidade de apropriação feminina de espaços ocupados majoritariamente por homens. Essas autoras e artistas são como Perséfontes raptando Hades para seus universos simultaneamente particulares e compartilhados. Elas arrancam figuras masculinas de seus espaços pré-determinados e as convertem à liberdade de seus infinitos cenários imaginativos.

Na obra que mostra os personagens envelhecendo juntos (figura 23), por exemplo, a artista encontra a possibilidade de criar um cenário almejado para o *shipp* que não é contemplado pela obra original. A partir dessas criações, os fãs geram mais conteúdo e aprofundamento com relação aos cenários que não fazem parte do cânone da obra admirada.

Embora o futuro dos personagens na série esteja aberto a interpretações, é possível considerar, a partir da análise dessas obras, que os fãs sentem a necessidade de ler e visualizar esses possíveis cenários. Assim, percebe-se que essas comunidades almejam a concretização de suas muitas considerações e interpretações e recorrem a criações pessoais. Destaca-se o fato que todas as obras citadas contemplam visões dos fãs que, de alguma forma, divergem do modo como os personagens são retratados no cânone oficial da obra.

Nesse contexto, é possível pensar no ciberespaço como um ambiente que propicia e impulsiona a criação desses mundos imaginários, individuais e coletivos. Os grupos marginalizados podem ocupar os espaços que almejam. As Perséfontes podem construir seus submundos e visitar os universos de outras fãs, alimentando uma comunidade que cresce para além da obra original que motivou seu surgimento, mesmo que nunca venha a se desvencilhar dela.

Dessa forma, assim como a comunidade de fãs de “Good Omens”, as *fanfics* e *fanarts* de “Hannibal” aqui analisadas evidenciam a presença da *Folkcomunicação* nos *fandoms*. Tal olhar se dá através de obras que representam os interesses e os pensamentos de grupos marginalizados, que se apropriam de frutos da cultura de massa em criações com características da cultura popular.

Evidencia-se também o interesse jornalístico por trás dessas obras, visto que elas auxiliam na compreensão de grupos marginalizados aos quais o jornalismo pode ajudar a dar voz e visibilidade, cumprindo, assim, uma jornada que visa a promoção do bem comum. Beltrão (1960) afirma que o jornalismo tem o poder de impulsionar indivíduos e coletivos à

ação e é possível pensar, também, na ação para combater a opressão contra essas comunidades oprimidas.

Nesses *fandoms* estão presentes muitas faces da luta contra a opressão e em prol dos interesses comunicacionais dos grupos culturalmente marginalizados. Eles fornecem um olhar sobre as respostas alternativas ao que lhes é emitido pelos veículos de comunicação tradicional, olhar esse que proporciona um pequeno mergulho no vasto oceano das comunidades de fãs. Tão vasto quanto o ciberespaço. Tão vasto quanto à imaginação de seus membros.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os *fandoms* proporcionam a formação de conexões, tanto entre os membros das comunidades de fãs quanto entre os indivíduos e as obras ou pessoas que admiram. Essas conexões são impulsionadas pelo ciberespaço, que atua de forma inédita na transposição de limites físicos e temporais.

O presente Trabalho de Conclusão de Curso partiu da hipótese que a teoria da *Folkcomunicação* auxilia a compreensão de obras artísticas produzidas por comunidades de fãs nas redes sociais. Para que essa hipótese pudesse ser comprovada, fez-se necessário atingir os objetivos específicos atrelados a ela.

Assim, o objetivo específico de conceituar e caracterizar a *Folkcomunicação* foi alcançado no segundo capítulo, onde a teoria foi explorada e historicizada. Através dessa conceituação, foi possível compreender melhor aspectos importantes relacionados à teoria da *Folkcomunicação*, que é um dos temas centrais deste trabalho.

O segundo objetivo específico referia-se a conceituar e caracterizar as comunidades de fãs e foi atingido no quarto capítulo. Essas contextualizações também foram importantes para auxiliar na comprovação da primeira hipótese, visto que permitiu melhor compreender os conceitos, teorias e objetos que foram analisados.

O terceiro objetivo específico, analisar as obras artísticas produzidas por comunidade de fãs nas redes sociais, foi atingido no quinto capítulo, onde diversas obras extraídas dos *fandoms* das séries “Hannibal” e “Good Omens” foram analisadas através dos métodos de Análise de Conteúdo segundo Bardin (2011) e de Análise do Discurso segundo Zanella (2013) e Sousa (2014).

O quarto objetivo específico, entender como essas obras artísticas se relacionam com a *Folkcomunicação*, também foi atingido no quinto capítulo. Através da análise das obras artísticas produzidas pelas comunidades de fãs nas redes sociais, foi possível estabelecer uma relação entre as *fanfics* e *fanarts* e a teoria da *Folkcomunicação*.

Essa conexão foi evidenciada na análise presente no quinto capítulo, onde a *Folkcomunicação* permitiu uma maior compreensão a respeito das obras produzidas pelos fãs. Assim, é possível considerar que, através da realização dos objetivos específicos, a primeira hipótese deste trabalho foi comprovada.

A segunda hipótese da qual partiu este trabalho foi a de que as obras produzidas por fãs nas redes sociais podem ser consideradas manifestações artísticas de grupos

marginalizados quando representam interesses desses grupos. Esta hipótese foi comprovada, principalmente, pelas reflexões a respeito dos grupos marginalizados e de suas formas de luta contra a opressão, presentes no segundo capítulo.

Os objetivos específicos atrelados a esta hipótese foram de suma importância para orientar os estudos que permitiram que ela fosse comprovada. Portanto, objetivou-se conceituar e caracterizar grupos marginalizados, propósito que foi atingido no segundo capítulo. Pretendeu-se, também, mostrar como esses grupos estão inseridos nas comunidades de fãs, objetivo que foi atingido no quinto capítulo, através da análise das *fanfics* e *fanarts*.

Outro objetivo específico atrelado a esta hipótese foi entender como as obras artísticas produzidas pelos grupos dentro das comunidades de fãs representam seus interesses. Tal propósito também foi atingido no quinto capítulo, onde as obras produzidas pelos *fandoms* permitiram que a relação entre os interesses dos grupos marginalizados e as artes analisadas fosse evidenciada.

Compreender como o ciberespaço pode ser um meio para disseminação de obras que representam a arte popular e que divergem dos interesses dos grupos dominantes também foi um objetivo deste trabalho, atingido através do quarto capítulo, onde questões relacionadas à *internet* foram abordadas. A análise, que demonstrou o quanto esse espaço é importante para a comunicação desses grupos, também foi essencial para atingir esse objetivo. Através do ciberespaço, a arte popular pode alcançar diversos indivíduos, superando barreiras temporais e geográficas de forma inédita.

A terceira hipótese da qual partiu esta pesquisa foi a de que a compreensão da forma como grupos marginalizados usam o ciberespaço para compartilhar seus discursos é importante para que o jornalismo possa atender à necessidade de comunicação desses grupos. Através da Análise do Discurso feita a partir das obras selecionadas no quinto capítulo, foi possível perceber que os fãs utilizam-se das *fanfics* e *fanarts* para comunicar necessidades e anseios que, quando compreendidos pelo jornalismo, podem ajudar a combater o preconceito contra grupos marginalizados.

Para que fosse possível comprovar essa hipótese, foi necessário atingir o objetivo específico de relacionar o jornalismo e a necessidade de comunicação de grupos marginalizados. Tal relação foi estabelecida na análise das obras selecionadas, porém, as reflexões a respeito da natureza do jornalismo, presentes no terceiro capítulo, permitiram que essa conexão fosse evidenciada.

Conforme Beltrão (1960), a principal finalidade do jornalismo é o bem comum, bem como motivar a ação social em prol desse escopo. A necessidade de comunicação dos grupos marginalizados, conforme foi demonstrado no segundo capítulo, pode ser um veículo para combater a opressão contra os indivíduos que pertencem a esses grupos, resultando em uma ação em prol do bem comum e sendo, portanto, importante para o jornalismo.

O segundo objetivo específico atrelado à terceira hipótese foi estudar como os grupos marginalizados usam o ciberespaço para compartilhar seus discursos. Tal estudo foi realizado através da análise das comunidades de fãs que, conforme foi percebido nas hipóteses anteriores, também se constitui de indivíduos marginalizados e acabam formando grupos que representam os interesses desses sujeitos.

Em seguida, objetivou-se apreender como o jornalismo pode comunicar as realidades de grupos socialmente oprimidos por meio da compreensão das suas expressões em comunidades de fãs. Considera-se que tal objetivo foi parcialmente atingido, visto que o tema em questão é muito vasto e apenas uma pequena parcela dos *fandoms* foi explorada.

No entanto, esse trabalho demonstrou que a essência do jornalismo pode ser relacionada com as obras criadas por fãs. Também evidenciou-se a presença dos interesses de grupos marginalizados nas produções advindas dessas comunidades. Pode-se considerar, a partir dessa reflexão que, embora existam inúmeros meios artísticos através dos quais fãs que pertencem a grupos marginalizados podem comunicar suas necessidades, existe, também, uma vasta gama de meios através dos quais o jornalismo pode comunicar essas realidades (televisão, rádio, jornais impressos, ciberespaço, etc).

Assim, esse objetivo não pôde ser totalmente alcançado, visto que existem inúmeros caminhos que podem ser traçados a partir da conexão entre o jornalismo, os grupos marginalizados e as comunidades de fãs. Considera-se, no entanto, que cumprindo sua função fundamental, de interesse pelo bem comum, o jornalismo pode comunicar as realidades de grupos marginalizados, inclusive aqueles que encontram, nas comunidades de fãs, um refúgio para suas necessidades e anseios.

A última hipótese da qual partiu esta pesquisa foi a de que as comunidades de fãs das séries “Hannibal” e “Good Omens” possuem obras artísticas cujo discurso abrange os interesses de grupos marginalizados e socialmente oprimidos. O primeiro objetivo atrelado a esta hipótese que permitiu que a mesma fosse comprovada consistiu em analisar as comunidades de fãs das séries “Hannibal” e “Good Omens” através da observação de suas atividades na rede social *Twitter*, aliada à bibliografia sobre o tema.

Tal objetivo foi atingido através da análise presente no quinto capítulo, onde postagens feitas pelos fãs da série na rede social *Twitter* contendo obras artísticas foram selecionadas e analisadas. O segundo objetivo atrelado a essa hipótese foi entender como as obras artísticas produzidas pelas comunidades de fãs dessas séries possuem um discurso que abrange os interesses de grupos marginalizados e socialmente oprimidos.

A análise das comunidades de fãs possibilitou tanto que o objetivo fosse atingido quanto que a quarta hipótese pudesse ser comprovada. Através das reflexões teóricas ao longo dos capítulos do trabalho que levaram até a metodologia, foi possível relacionar as temáticas importantes a esta pesquisa com os objetos que foram analisados, comprovando que as comunidades de fãs das séries “Hannibal” e “Good Omens” possuem obras artísticas cujo discurso abrange os interesses de grupos marginalizados e socialmente oprimidos.

Assim, é possível perceber, também, que o objetivo geral deste trabalho, que consiste em analisar o discurso das obras produzidas por comunidades de fãs das séries “Good Omens” e “Hannibal” na rede social *Twitter* e sua relação com a teoria da *Folkcomunicação*, com o jornalismo e com a cibercultura, também foi atingido. Através do embasamento teórico elencado ao longo do trabalho e da análise presente no quinto capítulo, essa relação foi explanada e enfatizada.

A presente pesquisa teve como questão norteadora a seguinte pergunta: como as obras produzidas por comunidades de fãs nas redes sociais se relacionam com a teoria da *Folkcomunicação*? Tal questionamento foi respondido através da concretização dos objetivos propostos e das hipóteses levantadas e comprovadas. Assim, as obras produzidas por comunidades de fãs nas redes sociais se relacionam com a teoria da *Folkcomunicação* através da representação dos interesses de grupos marginalizados, bem como da intermediação entre a cultura de massas e a cultura popular.

Através desta pesquisa, foi possível conectar a teoria da *Folkcomunicação*, baseada na tese de Luiz Beltrão que foi publicada em 1967, com as comunidades de fãs no ciberespaço. A análise das obras produzidas pelos *fandoms* de “Good Omens” e “Hannibal” permitiu que o antigo se entrelaçasse ao novo. As manifestações dos fãs na *internet* são circundadas pela existência ainda fresca de um meio de comunicação relativamente recente. No entanto, essa inovação pode ser, através da presente pesquisa, acompanhada pelas reflexões da *Folkcomunicação*, que são anteriores a ela.

Esse olhar atemporal e ao mesmo tempo condicionado pelos contextos históricos é característico dos prismas multifacetados que definem as perspectivas através das quais vê-se

o antigo e o novo, em seus contextos isolados mas também em uma díade onde se conectam. Assim, o jornalismo também se preocupa em buscar as diversas facetas que compõem uma narrativa, incluindo um olhar para os eventos que já integram a história, mesmo que possam ser pensados em um sentido de “antigo” ou “passado”. Conforme afirma Beltrão (1960), a atualidade não é necessariamente o que é novo ou recente, mas o que é relevante.

As reflexões da *Folkcomunicação* são relevantes para o trabalho do jornalista, visto que se preocupam com as manifestações de grupos que se encontram à margem de processos essenciais de comunicação. Através desta teoria, foi possível concretizar o presente trabalho, atentando para as particularidades de indivíduos cujos anseios se conectam com os interesses de grupos culturalmente marginalizados.

Para a pesquisadora, como fã, estudante e futura jornalista, este trabalho pôde contemplar diferentes aspectos de seus interesses nos âmbitos profissional, científico e pessoal. A pesquisa colaborou para expandir sua compreensão a respeito de grupos marginalizados dentro das comunidades de fãs e como a pesquisadora, em sua área de atuação no jornalismo, pode ajudar a dar voz a estes grupos oprimidos.

As comunidades de fãs proporcionam um mundo de possibilidades que podem ser contempladas através da arte. Nas *fanfics* e *fanarts* está contido um caráter de subjetividade que se adere ao coletivo. Nessas obras, fluem sentimentos de admiração, encantamento, desgosto, ausência e, em casos como os aqui analisados, de luta contra a opressão. Nesses mundos onde todos podem intervir e criar, as possibilidades são infinitas. O olhar do pesquisador sobre essas comunidades também não é facilmente limitado.

De tal forma, o estudo da *Folkcomunicação* nas comunidades de fãs não se esgota, mas oferece perspectiva para que muitos outros *fandoms* sejam analisados em pesquisas futuras. Através desses estudos, é possível compreender mais sobre grupos que se encontram à margem dos processos de comunicação. Enquanto entende-se mais a respeito dessas particularidades através da pesquisa acadêmica, paralelamente, a profissão jornalística oferece a possibilidade de amplificar essas vozes silenciadas pelas diferentes formas de opressão.

Assim como os universos pessoais e coletivos dos fãs coexistem com as versões “oficiais” das obras que eles admiram, os universos da pesquisa acadêmica e do ofício jornalístico também podem fluir na forma de duas correntes que desembocam na busca por uma sociedade onde prevaleça o bem comum. Desse modo, é possível construir uma comunicação onde ninguém precise habitar às margens das páginas de suas próprias histórias.

REFERÊNCIAS

Livros

- ABRAMO, Cláudio. **A Regra do Jogo**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
- ADORNO, Theodor W.. **The Culture Industry**: selected essays on mass culture. London, New York: Routledge, 2001.
- BACON-SMITH, Camille. **Enterprising Women**: Television Fandom and the Creation of Popular Myth Series in Contemporary Ethnography. United States: University of Pennsylvania Press, 1992.
- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.
- _____. **Iniciação à Filosofia do Jornalismo**. Rio de Janeiro: Livraria Agir, 1960.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida em Fragmentos**: Sobre a Ética pós-moderna. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- BITTAR, Elisabeth Baptista. Autocensura. verbete. In: **ENCICLOPÉDIA INTERCOM DE COMUNICAÇÃO**. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010.
- BOOTH, Paul. **A Companion to Media Fandom and Fan Studies**. Oxford: Wiley Blackwell, 2018.
- BOND, Fraser. **Introdução ao Jornalismo**: uma análise do quarto poder em todas as suas formas; trad.rev. Pinheiro de Lemos. Rio de Janeiro: Livraria Agir, 1962.
- BUCCI, Eugênio. **Sobre Ética e Imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- BURKE, Peter. **Cultura Popular na Idade Moderna**: Europa 1500-1800. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- BUSSE, Kristina. **Framing Fan Fiction**: Literary and Social Practices in Fan Fiction. Communities. Iowa: University Of Iowa Press, 2017.
- CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- _____. **A Sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- _____. **Redes de indignação e esperança**: Movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- CHARAUDEAU, Patrick. **A conquista da opinião pública**: como o discurso manipula as escolhas políticas. São Paulo: Contexto, 2016.

COOKE, Nicole A.. **Fake News and Alternative Facts: Information Literacy in a Post-Truth Era.** Chicago: ALA Editions, 2018.

CORREIA, João Carlos. **Teoria e Crítica do Discurso noticioso:** notas sobre jornalismo e representações sociais. Covilhã: LABCOM, 2009.

DANTAS, Ivo Henrique; ROCHA, Heitor Costa Lima da. Dispositivos Móveis na Construção da notícia: A experiência do Portal Regional NE10. In: CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina (orgs.). Rodrigues. **Jornalismo Móvel: Linguagem, gêneros e modelos de negócio.** Covilhã: LABCOM.IFP., 2017.

D'ALLEVA, Anne. **Methods & Theories of Art History.** London: Laurence King Publishing, 2005.

DEVLIN, William J.; BIDERMAN, Shai. The Beguiling Horror of Hannibal Lecter. In: WESTFALL, Joseph. **Hannibal Lecter and Philosophy: The Heart of the Matter.** Chicago: Open Court, 2016.

DIAS, Reinaldo. **Introdução à Sociologia.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

DUFFETT, Mark. **Understanding Fandom: An introduction to the study of media fan culture.** Broadway New York, Bedford Square London: Continuum, 2013.

EAGLETON, Terry. **A ideia de cultura.** São Paulo: Unesp, 2011.

FAUSTO, Boris. **História do Brasil.** São Paulo: EDUSP, 1996.

FREEDMAN, Estelle B.. **No Turning Back: the history of feminism and the future of women.** United States: Ballantine Books, 2002.

FREIRE, Paulo. **A Pedagogia do Oprimido.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2013.

GOMES, Ângela de Castro; FERREIRA, Jorge. **1964: o golpe que derrubou um presidente, pôs fim ao regime democrático e instituiu a ditadura no Brasil.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2014.

GONZÁLES, Lucilene dos Santos. O jornalismo e as fórmulas de consumo. In: SIMIS, Anita; BRUNELLI, Anna Flora; JUNIOR, Arlindo Rebechi; NAPOLITANO, Carlo José; GONZÁLES, Lucilene dos Santos; GOBBI, Maria Cristina; MACIEL, Suely. **Comunicação, cultura e linguagem.** São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014.

GRADIM, Anabela. **Manual de Jornalismo.** Covilhã: LABCOM:, 2000.

HALL, Stuart; WHANNEL, Paddy. **The Popular Arts.** Durham : Duke University Press, 2018.

HARD, Robin. **The Routledge Handbook of Greek Mythology.** London and New York: Routledge, 2004.

HARRIS, Thomas. **Hannibal**. New York: Dell, 1999.

_____. **Hannibal Rising**. New York: Dell, 2006.

_____. **Red Dragon**. New York: Berkley Books, 2000.

_____. **The Silence of the Lambs**. New York: St. Martin's Paperbacks, 1988.

HASWANI, Mariângela. O discurso obscuro das leis. *In*: MATOS, Heloiza. **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 2012.

HELLEKSON, Karen; BUSSE, Kristina (orgs.). **The Fan Fiction Studies Reader**. Iowa City: University of Iowa Press, 2014.

HOOKS, Bell. **Feminism is for everybody: Passionate Politics**. Cambridge: South End Press, 2000.

JAGOSE, Annamarie R. **Queer Theory: an Introduction**. New York: New York University Press, 1996.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

_____. Youth Voice, Media, and Political Engagement: Introducing the Core Concepts. *In*: JENKINS, Henry; et. al. **By Any Media Necessary: The New Youth Activism**. New York: New York University Press, 2016.

JERÔNIMO, Pedro. Jornalistas da Imprensa Regional em transição para Mobile. *In*: CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina (orgs.). Rodrigues. **Jornalismo Móvel: Linguagem, gêneros e modelos de negócio**. Covilhã: LABCOM.IFP. 2017.

KLIGLER-VILENCHIK, Neta. "Decreasing World Suck": Harnessing Popular Culture for Fan Activism. *In*: JENKINS, Henry; et. al. **By Any Media Necessary: The New Youth Activism**. New York: New York University Press, 2016.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. São Paulo: Ática, 2011.

LEFEBVRE, Henri. **Marxismo: uma breve introdução**. Porto Alegre: L&PM, 2016.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: 34, 1999.

LI, Charlene; BERNOFF, Josh. **Groundswell: Winning in a World Transformed by Social Technologies**. Boston: Harvard Business Press, 2011.

MAFFESOLI, Michael. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MARX, Karl. **Capital: A Critique of Political Economy**. England: Penguin Books, 1990.

MARX, Karl; FRIEDRICH, Engels. **Manifesto do Partido Comunista**. São Paulo: Expressão Popular, 2008.

MELO, José Marques de. 1980. In: BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.

MELO, José Marques de. 2007. In: SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. **Folkcomunicação**: a mídia dos excluídos. Rio de Janeiro: Rio Prefeitura Comunicação Social, 2007.

MENDONÇA, Andreia; et al. (trad.). **História da Arte: Arquitetura, Pintura, Escultura, Artes Gráficas, Design**. China: Parragon, 2012.

MCKEE, Robert; GERACE, Thomas. **Storynomics**: story-driven marketing in the post-advertising world. New York : Twelve, 2018.

MCLUHAN, Marshall; FIORE, Quentin. **The Medium is the Massage**. Germany: Ginkgo Press, 2005.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Ciência, técnica e arte: o desafio da pesquisa social**. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza; CRUZ NETO, Otávio; GOMES, Romeu; DESLANDES, Suely Ferreira. **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2002.

MORAES, Érika de. **O jornalismo on-line sob o viés discursivo – o novo e o já dado**. In: SIMIS, Anita; BRUNELLI, Anna Flora; JUNIOR, Arlindo Rebechi; NAPOLITANO, Carlo José; GONZÁLES, Lucilene dos Santos; GOBBI, Maria Cristina; MACIEL, Suely. **Comunicação, cultura e linguagem**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014.

NOBRE, Marcos (Org.). **Curso Livre de Teoria Crítica**. Campinas: Papyrus, 2008.

PAVIANI, Jayme. **Estética Mínima**: notas sobre arte e literatura. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2012.

PRATCHETT, Terry; GAIMAN, Neil. **Good Omens**: The Nice and Accurate Prophecies of Agnes Nutter, Witch. United Kingdom: Ace, 1990.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

ROSSI, Clóvis. **O que é Jornalismo**. São Paulo: Brasiliense, 2000.

RÜDIGER, Francisco. **As teorias da comunicação**. Porto Alegre : Penso, 2011.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **O Fim do Império Cognitivo**: a afirmação das epistemologias do sul. Belo Horizonte: Autêntica, 2019.

- SIMONE, Gail. Mary Batson and the Chimera Society. In: **Chicks Dig Comics: A Celebration of Comic Books by the Women Who Love Them**. Iowa: Mad Norwegian Press, 2012.
- SILVEIRA, Luís Gustavo Guadalupe. **Alienação artística: Marcuse e a ambivalência política da arte**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2010.
- SOUSA, Pedro de. **Análise do discurso**. Florianópolis: LLV/CCE/UFSC, 2014.
- SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.
- SPEROTTO, Neila. **Teoria e metodologia do Serviço Social**. Canoas: Ulbra, 2010.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular Livros, 2020.
- VALLS, Álvaro L. M.. **O que é Ética**. Tatuapé: Editora Brasiliense, 2013.
- WAGNER, Hank. **Príncipe de Histórias: os vários mundos de Neil Gaiman**. São Paulo: Geração Editorial, 2011.
- WEBER, Max. **Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva**. Tradução: Regis Barbosa e Karen Elsabe Barbosa. Brasília: UNB, 1999. Cap. 3, p. 139-188.
- WILLIAMS, Rebecca. Fate Has a Habit of Not Letting Us Choose Our Own Endings”: Postobject Fandom, Social Media and Material Culture at the End of Hannibal. In: BOOTH, Paul. **A Companion to Media Fandom and Fan Studies**. Oxford: Wiley Blackwell, 2018. p. 572-588.
- WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação: Mass media: contextos e paradigmas, novas tendências, efeitos a longo prazo, o newsmaking**. Lisboa: Presença, 1999.
- ZANELLA, Liane Carly Hermes. **Metodologia de Pesquisa**. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/UFSC, 2013.
- ZUCON, Otávio; BRAGA, Gesline Giovana. **Introdução às culturas populares no Brasil**. Curitiba: Intersaberes, 2013.

E-books

- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias [e-book]**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.
- KERÉNYI, Karl. **Mitologia dos Gregos Vol. II - A história dos heróis [e-book]**. Petrópolis: Vozes, 2015.

MELO, José Marques de. 2001. In: BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e de meios populares de informação de fatos e expressão de ideias [e-book]. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

Artigos

EBANKS, Lauren A.; BERESFORD, Shirley.; TOPIC, Martina. **‘Thanks, but it is more about interacting with fans for us’**: Twitter Communication between BBC’s Sherlock and NBC’s Hannibal Fans and Producers. *The Journal of Social Media in Society* Spring 2019, Vol. 8, No. 1, Page 146-177.

FERNANDES, Mariana. et. al. Folkcomunicação: Análise das Influências do Conceito desde sua Gênese até a Contemporaneidade. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. **XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**. Bauru/SP, 2013. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-1592-1.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2021.

JENKINS, Henry. **“Cultural acupuncture”**: Fan activism and the Harry Potter Alliance. In "Transformative Works and Fan Activism," *Transformative Works and Cultures*, no. 10. 2012. doi: <https://doi.org/10.3983/twc.2012.0305>. Acesso em: 14 abr. 2021.

KIELING, Camila Garcia. Imprensa na História e História na Imprensa: Jornalismo e opinião no Brasil Regência. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação **XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Caxias do Sul, RS – 2 a 6 de setembro de 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1529-1.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2021.

MESSIMER, Merykate. **“Did You Just Smell Me?”**: Queer Embodiment in NBC’s Hannibal. *The Journal of Popular Culture*, Vol. 51, No. 1, 2018.

RECUERO, Raquel. **A rede é a mensagem**: Efeitos da Difusão de Informações nos Sites de Rede Social. In: Eduardo Vizer. (Org.). *Lo que McLuhan no previu*. 1 ed. Buenos Aires: Editorial La Crujía, 2012, v. 1, p. 205-223. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/redemensagem.pdf> Acesso em: 10 out 2020.

ROCHA, Gilmar. **Cultura Popular**: do folclore ao patrimônio. *Mediações*. n. 1. 2009. p. 219-236. doi: <http://dx.doi.org/10.5433/2176-6665.2009v14n1p218>. Acesso em: 14 abr. 2021.

SOUZA, Carlos Henrique Medeiros de; COSTA, Marco Aurélio Borges. **Abordagens antropológicas do ciberespaço e da cibercultura**. In: *Tempo brasileiro*, 2005. Disponível em: https://scholar.google.com.br/citations?user=dNyJcYMAAAAJ&hl=pt-BR&oi=sra#d=gs_md_cita-d&u=%2Fcitations%3Fview_op%3Dview_citation%26hl%3Dpt-BR%26user%3DdNyJcYMAAAAJ%26citation_for_view%3DdNyJcYMAAAAJ%3Au5HHmVD_uO8C%26tzom%3D180 Acesso em: 5 mai 2021.

YIN, Kodlee, et. al. **Where No One Has Gone Before: A Meta-Dataset of the World's Largest Fanfiction Repository**. CHI '17: Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems May 2017 Pages 6106–6110.
<https://doi.org/10.1145/3025453.3025720>. Acesso em: 14 abr. 2021.

Outros

CARVALHO, Marcelo Sávio Revoredo Menezes de. **A trajetória da Internet no Brasil: do surgimento das redes de computadores à instituição dos mecanismos de governança**. Dissertação de Mestrado (Ciências de Engenharia de Sistemas e Computação) da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, p. 239. 2006. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/268809917>. Acesso em: 14 abr. 2021.

GAIMAN, Neil apud RODRIGUEZ, Ashley. **Famed author Neil Gaiman on the emotional making of Amazon's 'Good Omens' and keeping 'the promise that I made to my friend who died'**. 2019. Disponível em: <https://www.businessinsider.com/neil-gaiman-making-amazon-good-omens-series-2019>. Acesso em: 25 mai. 2021.

GIRARDI, Thalia Ester de Candido. **Fandom Tribe: The Depiction of Gender Inside Good Omens Fanfiction**. Trabalho Final de Graduação (Curso de Licenciatura em Letras - Inglês). Universidade de Caxias do Sul (UCS). Caxias do Sul, 2019.

APÊNDICE
PROJETO DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO I

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL

FLAVIA AZOLIN DA SILVA

***FOLKCOMUNICAÇÃO NAS COMUNIDADES DE FÃS DAS SÉRIES “GOOD
OMENS” E “HANNIBAL” E SUAS OBRAS ARTÍSTICAS NO TWITTER***

CAXIAS DO SUL

2020

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	3
2 PALAVRAS-CHAVE.....	14
3 TEMA.....	15
4 QUESTÃO NORTEADORA.....	16
5 JUSTIFICATIVA.....	17
6 HIPÓTESES.....	19
7 OBJETIVOS.....	20
7.1 OBJETIVO GERAL.....	20
7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	20
8 ROTEIRO DE CAPÍTULOS.....	22
9 METODOLOGIA.....	23
10 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	25
10.1 <i>FOLKCOMUNICAÇÃO</i>	25
10.2 JORNALISMO.....	25
10.3 CIBERESPAÇO E <i>INTERNET</i>	25
10.4 REDES SOCIAIS E COMUNIDADES DE FÃS.....	25
10.5 ESPAÇO PÚBLICO E PRIVADO.....	26
10.6 CULTURA.....	26
10.7 METODOLOGIA.....	26
11 CRONOGRAMA.....	27
12 REFERÊNCIAS.....	29

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho visa estudar as comunidades de fãs e suas manifestações artísticas e comunicacionais que abrangem os interesses de grupos marginalizados e socialmente oprimidos, partindo de um olhar sobre a teoria da *Folkcomunicação*. Tal estudo propõe-se a analisar essas manifestações dentro do ciberespaço. Ao estudar a *folkcomunicação* nas comunidades de fãs, o presente trabalho terá por objetos de estudo os *fandoms* das séries *Good Omens* e *Hannibal*. Pretende-se avaliar o comportamento dos fãs com relação a temas que dizem respeito a grupos marginalizados e excluídos, focando em obras artísticas divulgadas na rede social *Twitter*. Ambas as comunidades de fãs foram escolhidas por conta da forte relação das séries com temáticas envolvendo representatividade de minorias. O presente estudo visa observar a presença da *folkcomunicação* dentro dessas comunidades no ciberespaço.

A teoria da *Folkcomunicação* é, segundo Luiz Beltrão (2001), um processo de comunicação cujos meios e agentes estão ligados de alguma forma ao folclore³⁶. Para José Marques de Melo (2001), a *Folkcomunicação* é a comunicação em nível popular, ou seja, tudo aquilo que é relativo ao povo. Este que, segundo o autor, não utiliza os meios formais de comunicação. Para Beltrão (2001), algumas das manifestações desse processo possuem um caráter jornalístico e podem servir como veículos para mudança social. Ao formular sua teoria, Beltrão (2001) constatou que havia uma divisão entre as elites intelectuais e as massas marginalizadas, e que essa divisão prejudicava o diálogo entre esses dois grupos. Os produtos do processo de *folkcomunicação* advindos dos grupos socialmente marginalizados serão enfatizados neste trabalho, embora eles não contemplem a comunicação popular como um todo.

Dentro desse contexto, Luiz Beltrão (2001) afirma que a atividade jornalística poderia ser encontrada em diferentes meios não-convencionais. Ele também questiona a relação entre as fontes de comunicação “oficiais” (onde o autor inseriu o tipo de jornalismo que classificou como “ortodoxo”) e os meios de comunicação populares, que muitas vezes atendiam mais às necessidades de comunicação das massas do que os meios de comunicação de elite faziam.

É importante destacar o caráter de interesse público do jornalismo ao falar sobre essa dicotomia questionada por Beltrão (2001). Rossi (2000) afirma que o jornalismo é uma batalha pelas mentes e corações dos leitores, que tem como foco central a coleta de

³⁶ O termo “Folk-lore” foi conceituado pelo etnólogo William John Thoms, em 1848, como “saber tradicional do povo” (ROCHA, 2009).

informações que sejam precisas, acuradas e aprofundadas dentro do que for possível. O autor também destaca o quanto essa batalha pode influenciar a ação do público, citando como exemplo o período da ditadura militar. Para Felipe Pena (2012) a natureza do jornalismo está no medo do desconhecido, que leva a sociedade à busca por profissionais que possam lhe trazer informações de seu interesse. Quando Beltrão (2001) questiona a relação entre o jornalismo, a elite e as massas, é possível refletir, através da fala do autor, a respeito da relevância das informações para o público, bem como da profundidade com a qual essas informações são coletadas. Se o jornalismo servir unicamente à elite dominante, o interesse e a necessidade de comunicação dos grupos marginalizados não será contemplado.

Diante dessa conjuntura de ideias, o folclore é articulado como um veículo por meio do qual os grupos socialmente marginalizados ou simplesmente populares conseguem produzir e expressar suas subjetividades e necessidades. Além disso, conforme Beltrão (2001) afirma, essas obras e produções têm a possibilidade de resultar em importantes mudanças sociais.

Os veículos de comunicação através dos quais as massas marginalizadas se expressam aparecem de múltiplas formas. José Marques de Melo (2001), ao referir-se à *Folkcomunicação*, afirma que o folclore é um dos grandes canais de comunicação coletiva, que se evidencia em situações do cotidiano como conversas pela cidade ou campo. Dessa forma, as manifestações comunicacionais dos grupos marginalizados podem abranger desde crenças populares até obras artísticas. Para o autor, a *Folkcomunicação* é um processo onde as mensagens transmitidas à audiência lhes são familiares, conhecidas de alguma forma através da vivência.

Dessa forma, a *Folkcomunicação* abrange os processos de comunicação das massas marginalizadas e/ou populares. Esses processos, conforme José Marques de Melo (2001) afirma, podem ocorrer em diversos veículos. Para Beltrão (2001), a comunicação jornalística é essencial na formação de opiniões e crenças e, a partir do momento em que os meios populares e folclóricos desempenham esse papel, eles acabam sendo, também, veículos jornalísticos. O autor afirma que o resultado da comunicação jornalística impulsiona indivíduos e sociedades a agirem, um impacto que pode levar a significativas mudanças sociais.

Mas os meios através dos quais a comunicação popular ocorre sofreram diversas transformações ao longo da história. Pensando-se melhor, os meios de comunicação como um todo foram impactados por essas “revoluções” sociais, históricas e tecnológicas. Um exemplo

foram as modificações nos espaços público e privado. Prior e Souza (2014) afirmam que os grupos dominantes defenderam os interesses privados em detrimento dos interesses públicos. Por conta disso, diversos aspectos da sociedade foram transformados ao longo da história. Um exemplo são as estruturas das casas, que mudaram com o passar dos séculos, de organizações mais abertas até espaços delimitados especificamente para cada membro da família.

Essas mudanças nos espaços público e privado afetaram o acesso à informação por parte da população, segundo Mariângela Haswani (2012). A autora afirma que, até meados do século XX, a sociedade era essencialmente pautada por interesses privados, individuais, próprios dos grupos dominantes, e que o coletivo só passou a ser valorizado após intensas mudanças sociais. De acordo com Haswani (2012), os interesses privados impactaram a circulação de informações, o que também afeta a área da mídia e da imprensa.³⁷

Ambas as mudanças nos âmbitos do interesse público e privado estão interligadas entre si e com as transformações nos meios de comunicação como um todo. De acordo com Pena (2012, p. 36). “(...) os acontecimentos históricos são o pano de fundo que condicionam o aparecimento da imprensa. Neles estão a ascensão da burguesia e dos valores capitalistas de acúmulo de bens e competição”.

Os interesses das elites dominantes em detrimento dos grupos marginalizados afetam não apenas a circulação de informações de interesse coletivo, conforme explanado por Haswani (2012), mas também a existência desses grupos. As opressões direcionadas a grupos sociais como mulheres, LGBTQ+, indígenas, negros, etc. “(...) pautam-se em uma visão de mundo apoiada no patriarcado, no capitalismo e no poder em geral” (LIMA, 2015, p. 176). Assim, atender ao interesse público implica em compreender as demandas de determinadas camadas da sociedade, que são frequentemente subtraídas pelo discurso que as silencia. “O excluído é produzido no discurso; seu lugar é ancorado na injustiça de não poder existir” (ibidem).

Dessa forma, o jornalismo, ao atender a um interesse público, irá eventualmente se deparar com os obstáculos do capitalismo. Sejam eles relacionados às vendas dos próprios produtos jornalísticos (advindos dos citados valores de acúmulo de bens e competição) ou aos impactos negativos gerados em diferentes grupos sociais. O presente trabalho visa abordar temas relativos ao segundo item.

³⁷ O autor Felipe Pena (2012) faz uma distinção entre mídia e imprensa, afirmando que a primeira contempla todo o tipo de manifestação cultural presente no espaço público, enquanto a imprensa está no interior da mídia, e refere-se à produção de notícias. O Folclore pode se manifestar em ambos os espaços, conforme já abordado.

É possível perceber, então, a importância da relação entre o jornalismo e os interesses públicos e coletivos, bem como o importante papel que a comunicação desempenha para os grupos marginalizados. E dentro dessa esfera do coletivo encontram-se as manifestações comunicacionais de diferentes grupos, que culminam no processo de *Folkcomunicação*. Beltrão (2001) questionou o alheamento entre o jornalismo e as elites dominantes e os grupos marginalizados e suas formas de comunicação.

E não seria uma ameaça à unidade nacional, aos programas desenvolvimentistas, aos nossos ideais políticos e à mesma sobrevivência do homem brasileiro, como tipo social definido, o alheamento em que nós, jornalistas, e os nossos governantes nos mantínhamos ante essa realidade enigmática, que é a comunicação sub-reptícia de alguns milhões de cidadãos alienados do pensamento das elites dirigentes? (BELTRÃO, 2001, p. 54).

Assim, as mudanças estruturais nas esferas do público e do privado evidenciam a dicotomia entre os interesses dominantes e populares, dicotomia essa também denunciada por Beltrão (2001). Mas as transformações no universo da comunicação coletiva não perpassam apenas as mudanças no âmbito social, sendo afetadas também pelas evoluções tecnológicas. Estas exercem impacto na sociedade e são impactadas por essa mesma sociedade transformada. Essa relação é evidenciada pelo advento da *internet*, descrita por Manuel Castells (2003, p. 8) como "(...) um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global."

A *internet* possui uma longa história, apesar de seu surgimento relativamente recente. De acordo com Castells (2002, p 82), a *internet* surgiu como resultado do trabalho de uma instituição de pesquisa chamada Agência de Projetos de Pesquisa Avançada (ARPA) do Departamento de Defesa dos Estados Unidos da América (EUA). Em 1969, a primeira rede de computadores entrou em funcionamento e foi intitulada de ARPANET, em homenagem ao seu patrocinador. Por volta da década de 1980, houve uma separação na rede para diferenciar pesquisas militares de interações com outros fins. A rede que sustentava todas as outras continuou existindo e foi intitulada de ARPA-INTERNET, para depois ser chamada apenas de INTERNET. Essa rede encerrou suas atividades em 1990 e a *National Science Foundation* instaurou a NSFNET como nova rede sustentadora do que hoje é conhecida como *internet*. As pressões comerciais levaram ao encerramento dessa rede e diversas ramificações comerciais da NSF formaram acordos com redes privadas, privatizando, portanto, a *internet*.

Castells (2002) ainda afirma que o princípio da existência da *internet* contou tanto com questões a respeito de supervisão e capacidade de transmissão, como uma busca para

criar uma rede universal de computadores com acesso público. O autor também relata que, além dos esforços de pesquisa do Pentágono, houve pesquisas de contracultura que resultaram na criação do *modem*, uma descoberta tecnológica muito importante para o sistema da *internet*, que possibilitou a transferência direta de arquivos entre computadores. Os estudantes que fizeram essa descoberta divulgaram a tecnologia gratuitamente. Dessa forma, redes de computadores que não pertenciam à ARPANET passaram a se comunicar entre si por conta própria. Após anos de esforços tanto de pesquisadores de contracultura quanto de organizações militares dos EUA, a ideia de computação pessoal se espalhou. Como as diferentes redes utilizadas possuíam protocolos que não eram compatíveis uns com os outros, os usuários passaram a adotar os protocolos da *internet*.

A *internet*, de acordo com Gonzáles (2014), inaugurou uma nova era da comunicação, onde a audiência tem a oportunidade de interatividade. Segundo a autora, a *internet* é um espaço em que informação, relacionamento, publicidade e entretenimento se misturam. Dessa forma, um novo meio de comunicação revolucionou as formas de relacionamento entre as pessoas e as informações. Esse espaço possibilitou que os indivíduos se comuniquem de uma forma completamente nova, visto que é o primeiro que permite, conforme Castells (2003), a comunicação entre muitas pessoas, abordando diferentes temas, no momento que desejarem.

Além da possibilidade de interação com outros indivíduos e com a informação, a *internet* possibilita que a comunicação ocorra entre pessoas de diferentes partes do mundo, conforme afirma Lévy (1999 p. 125): “(...) torna-se possível, então, que comunidades dispersas possam comunicar-se por meio do compartilhamento de uma telememória na qual cada membro lê e escreve, qualquer que seja sua posição geográfica”.

A comunicação que supera barreiras geográficas não é a única característica da *internet*. A interatividade desse meio de comunicação estimula usuários ativos, que encontram espaço para compartilharem opiniões, experiências pessoais e ideias (MORAES, 2014). Esse espaço que foi aberto pela *internet* é denominado ciberespaço (LÉVY, 1999), um ambiente permeado pela interatividade entre usuários, informações e conteúdos. De acordo com o autor “o termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo” (LÉVY, 1999, p. 28).

De acordo com Costa e Souza (2005), o ciberespaço é um ambiente pautado na comunicação entre humano e máquina e que permite que as pessoas interajam com a cultura que elas mesmas criaram. A ideia de “cultura” é definida por Eagleton (2011) como um

conceito que foi transformado com o passar do tempo. O autor afirma que essa ideia simboliza uma natureza que fornece subsídio para o surgimento de diversas questões filosóficas fundamentais que resultam na transcendência dessa própria natureza. Eagleton (2011) também explica que a existência de uma cultura envolve a liberdade para a criação de regras, regras estas que não necessariamente se aplicam às demais culturas.

Santaella (2003, p. 31) afirma que “(...) a cultura é a parte do ambiente que é feita pelo homem”. O espaço advindo da *internet* é permeado também por uma nova cultura que se desenvolve juntamente com ele. A cibercultura é descrita por Lévy (1999) como um conjunto de técnicas, valores, ideias e atos que se constroem juntamente com o ciberespaço, e que constituem um sistema que levou o autor a fazer um paralelo com o labirinto móvel do personagem mitológico Dédalo.³⁸

Entretanto, diferentemente do labirinto de Dédalo, que tinha seu centro marcado pela presença do imponente Minotauro, o ciberespaço e a cibercultura são descritos pelo próprio Lévy (1999) como um sistema do caos. Não há um ponto central no ciberespaço a partir do qual as informações são difundidas, mas a própria situação é o centro, conforme afirma o autor. Essa situação em questão é o universo de informações, a partir do qual os indivíduos interagem, contribuindo e modificando o espaço, movendo suas paredes como um labirinto onde a jornada e o destino final se misturam.

A cultura da interatividade que permeia a *internet* transforma a mesma em um ambiente descrito por Castells (2003) como um meio tecnológico que abre espaço para a comunicação horizontal, onde existem novas oportunidades de liberdade de expressão que embasam a formação de redes. Estas resultam no conceito de coletividade no ciberespaço e na construção de um novo significado para a cultura.

Ao dissertar a respeito das mudanças históricas que constituíram a sociedade atual, Pena (2012) reflete a respeito da socialização de espaços públicos e privados. O autor afirma que, da mesma forma como espaços físicos podem ser compartilhados, a apropriação do conteúdo midiático também é socializada. E não apenas a apropriação do conteúdo pode ser realizada de forma coletiva, mas também sua ressignificação. Conforme afirma Jenkins (2009), por conta da *internet* e do processo de convergência midiática, o consumo também passou a ser coletivo. O autor descreve o processo de convergência midiática como um fluxo de informações e conteúdos através de diferentes mídias, aliado ao comportamento migratório

³⁸ Dédalo é um personagem da mitologia grega, um inventor que projetou e construiu um imenso labirinto para aprisionar o monstro Minotauro, uma criatura com corpo humano e cabeça de touro. O labirinto de Dédalo foi desbravado pelo herói e semideus Teseu (KERÉNYI, 2015).

dos públicos dentro dessas mídias. O autor afirma que as mídias “antigas” virão a interagir de forma intensa com as novas (inclui-se aqui a internet).

Castells (2003) afirma que a apropriação da interconexão fornecida pelas redes sociais levou à formação de comunidades *online*, comunidades essas que possuem como um de seus valores compartilhados a formação autônoma de redes. Dessa forma, não encontrando o que procura, um indivíduo pode criar o seu próprio conteúdo e divulgá-lo, instigando a formação de uma nova rede.

As redes sociais, onde as comunidades *online* se formam, se apresentam através de representações, segundo Raquel Recuero (2012). A autora explica que, nas redes *online*, os indivíduos se expõem através de representações de si mesmos, e as conexões que eles fazem uns com os outros são sustentadas pelo sistema, diferentemente das comunicações fora do ciberespaço. Ou seja, o meio através do qual as relações construídas nas redes sociais se propagam é essencial para que elas sejam perpetuadas. A autora também considera que as redes sociais são um importante meio através do qual as informações são propagadas, e acabam se constituindo como mídia por conta desse trânsito de informações entre sujeitos e entre coletivos. Portanto, é possível perceber que as redes sociais estão ligadas de forma intrínseca ao ciberespaço, e são também ferramentas que contribuem para o desenvolvimento da cibercultura.

Dentro dessas redes sociais são formadas as comunidades virtuais, descritas por Castells (2003 p. 59) como comunidades baseadas na comunicação *online*. A *internet* possibilita que diferentes grupos dentro da sociedade formem suas próprias comunidades de interesse, atuando de forma independente da grande mídia. “A prática das comunidades virtuais sintetiza a prática da livre expressão global, numa era dominada por conglomerados de mídia e burocracias governamentais censoras”. O surgimento desses novos segmentos dentro do ciberespaço é um resultado das apropriações e ressignificações que acontecem de forma coletiva e que foram impulsionadas pela interatividade oferecida pela *internet*.

Para Lévy (1999), as comunidades virtuais deram surgimento a novos grupos que antes do ciberespaço eram apenas potenciais, e o campo de debates oferecido por essas comunidades é mais aberto, participativo e distribuído que o das mídias clássicas. Para Castells (2003), as comunidades *online* transpõem o domínio dos conglomerados de mídia e das censuras advindas de burocracias governamentais, criando um espaço de livre expressão. Dessa forma, as comunidades virtuais são uma expressão clara do princípio da interatividade da *internet*, e um exemplo de como essa mídia impactou a comunicação na sociedade.

Conforme afirma Lévy (1999), a própria *internet* também é mudada constantemente por essa mesma sociedade transformada.

Esses ciberespaços são muito propícios para a comunicação coletiva que, segundo Beltrão (2001), não acontece de forma direcionada a um único indivíduo em específico, sujeita a interrupções, mas sim como mensagem transmitida a um grupo, com os receptores alimentando o diálogo, dando continuidade ao processo comunicativo. Dessa forma, assim como a interatividade da *internet* abre espaço para que os mais diferentes grupos manifestem suas formas de comunicação, a *folkcomunicação* também pode ocorrer nesse novo ambiente. Os grupos que se organizam em comunidades virtuais podem ser, também, grupos socialmente marginalizados. E o ciberespaço se torna propício para essas manifestações, visto que é, conforme Lévy (1999), mais aberto ao diálogo do que as mídias tradicionais e, conforme Castells (2003), um ambiente onde as comunidades *online* têm a possibilidade de transpor censuras e domínios de grandes conglomerados.

A história das comunidades virtuais já perpassa essa objeção à comunicação imposta pelas elites dominantes. Segundo Castells (2003, p. 58), "(...) as comunidades on-line tiveram origens muito semelhantes às dos movimentos contraculturais e dos modos de vida alternativos que despontaram na esteira da década de 1960". Embora o autor afirme que esses vínculos com a contracultura enfraqueceram com a expansão dessas comunidades, isso não impossibilita que ambientes contrários aos ideais dominantes venham a emergir dentro do ciberespaço.

Através das comunidades virtuais surge outra segmentação: as comunidades de fãs no ciberespaço. As comunidades de fãs (ou *fandoms*) são comunidades virtuais que se apropriam de conteúdos midiáticos e os reinterpretem de forma socializada. Essas reinterpretações geralmente se opõem ao interesse das grandes corporações midiáticas. Jenkins (2009) afirma que os meios de comunicação dominantes frequentemente têm controle total sobre a propriedade intelectual, invalidando outras interpretações e criando apenas uma "versão oficial", numa forma de proteger seus interesses próprios, sejam eles voltados para o futuro da obra em questão ou puramente financeiros. Segundo o autor, essa privatização da cultura é uma regulação que gera empobrecimento para a produção cultural, dano este que é reparado pela produção de *fan fiction*.³⁹ Os interesses dos grupos dominantes em prol da esfera do privado aparecem novamente nesse caso. As comunidades de fãs surgem como uma forma de

³⁹ Jenkins (2009) descreve *fan fiction* como a produção de histórias que se utilizam de personagens e/ou universos já existentes nos meios de comunicação de massa, mas que são rejeitadas pelos cânones "oficiais" das obras. Na tradução livre, ficção de fã.

se opor às tentativas das grandes corporações de monopolizar as significações da arte (que dentro das comunidades de fãs, ocorrem de forma coletiva).

As *fan fictions*, por serem consideradas interpretações “não oficiais”, são frequentemente produzidas por fãs e têm como público-alvo os fãs de determinada obra. Dessa forma, criam-se comunidades que giram em torno dessas interpretações e subjetividades, e novas e vastas oportunidades surgem com a criação desses universos. Assim, filmes, séries e livros são ressignificados coletivamente. Jenkins (2009) afirma que o caráter não comercial dessas obras produzidas por fãs permite que sejam explorados temas que não teriam espaço na mídia tradicional, e que é justamente esse caráter de absoluta diversidade de personagens e situações que atrai tantos leitores e consumidores para essas comunidades.

Percebe-se que esses temas não abordados na mídia tradicional podem ser também produções da *folkcomunicação*, ou seja, obras criadas por grupos que estão à margem do poder detido pela comunicação de elite e que, não encontrando representação nos meios tradicionais, recorrem às produções independentes das comunidades de fãs e utilizam o espaço mais democratizado das redes sociais na *internet*. Para Jenkins (2009), essas comunidades surgem de uma relação onde há, simultaneamente, fascínio e frustração pois, fascinados pelo universo de uma obra, os indivíduos se tornam admiradores e, frustrados por não encontrarem plenamente nessa mesma obra aquilo que procuram, precisam recorrer a criações pessoais. Assim, é possível perceber que os *fandoms* também são movidos por uma insatisfação com relação às mídias tradicionais e às próprias histórias e obras que idolatram.

No ciberespaço, as comunidades de fãs encontram um nível completamente novo de liberdade e organização, justamente por conta da oportunidade de interatividade que supera barreiras de tempo e espaço. Para dialogar ou produzir em conjunto, os fãs não precisam reunir-se pessoalmente em uma data e local específicos. Os indivíduos podem criar fóruns, páginas e outros diferentes ambientes de interação *online*, que são alimentados enquanto houver interessados. Assim, a *internet* possibilita que os consumidores não sejam confinados às versões oficiais vendidas pela mídia e nem somente afeitas à imaginação de um único autor.

De acordo com Jenkins (2009), por conta do processo de convergência midiática os consumidores têm a liberdade de navegar pelo ciberespaço em busca das experiências de entretenimento que desejam. Segundo o autor, essa situação obriga as empresas de mídia a repensarem suas ideias a respeito do consumo, visto que os novos consumidores são muito mais ativos, sociáveis e independentes. Dessa forma, é possível perceber que, através da

cibercultura, o público tem um novo nível de liberdade. Uma vez que conectado à rede, um indivíduo dispõe de infinitas opções de consumo ao seu alcance e, caso não consiga satisfazer seus anseios através da busca, a interatividade o instiga a criar seu próprio conteúdo.

Por conta disso, a já citada dicotomia entre elites dominantes e massas marginalizadas não impõe mais o mesmo limite para a propagação de informações de grupos socialmente oprimidos. Agora, esses grupos podem produzir e divulgar suas expressões artísticas e comunicacionais com uma abrangência muito significativa. Através do ciberespaço, o processo de *Folkcomunicação* é potencializado, visto que todas as formas de comunicação também o são. As comunidades de fãs proporcionam espaços onde os produtos (sejam eles artísticos, informativos, opinativos, etc.) não dependem da aprovação das “versões oficiais” para existirem e atingirem outros indivíduos aos quais aquele conteúdo interessa. Desse modo, os fãs que não encontram nas mídias tradicionais a representatividade almejada conseguem produzir seus próprios universos, organizar seus próprios eventos e, conforme afirma Pena (2012), construir relações onde a apropriação do conteúdo midiático é socializada.

É importante destacar que, apesar dessa vasta liberdade oferecida pela cibercultura, um indivíduo que não possui condições financeiras para acessar a *internet* se vê excluído desse universo. A redução dos limites não é sinônimo de extinção dos mesmos. Os novos meios de comunicação facilitam e impulsionam a *folkcomunicação*, entretanto, eles não solucionam plenamente os problemas criados pelas desigualdades sociais. O presente trabalho visa abordar essas mudanças e as facilidades advindas do ciberespaço. Beltrão (2001) afirma que algumas manifestações da *folkcomunicação* poderiam se constituir como veículos jornalísticos que resultem em espaços adequados para a mudança social. Assim, sendo o ciberespaço um ambiente propício para que grupos marginalizados expressem suas subjetividades, é possível contar com a possibilidade, também, de que mudanças sociais benéficas para esses grupos resultem desses processos.

2. PALAVRAS-CHAVE

- *Folkcomunicação*, Jornalismo, Ciberespaço, Comunidades de Fãs

3. TEMA

Teoria da *Folkcomunicação* e comunidades de fãs nas redes sociais.

4. QUESTÃO NORTEADORA

Como as obras produzidas por comunidades de fãs nas redes sociais se relacionam com a teoria da *Folkcomunicação*?

5. JUSTIFICATIVA

A pesquisadora nutriu interesse por comunidades de fãs desde muito cedo em sua vida. Esses *fandoms* foram um lembrete de que não estava sozinha em seus interesses e sonhos. E as obras produzidas por essas comunidades a ajudavam a manter-se em contato com suas paixões, mesmo depois que os livros ou as séries de televisão já haviam acabado. A teoria da *Folkcomunicação* só foi aparecer mais tarde, durante a vida acadêmica, onde a pesquisadora viu uma oportunidade de unir suas paixões pelo entretenimento e pelos estudos.

O presente tema surgiu, portanto, do interesse pessoal da pesquisadora, unindo a *Folkcomunicação* com as comunidades de fãs para, após aprofundamento da temática de pesquisa, serem definidas quais comunidades abordadas. Beltrão (2001) afirma que a *folkcomunicação* é um processo comunicacional onde os meios e agentes estão ligados ao folclore de alguma forma. O autor afirma que alguns desses agentes podem ser considerados veículos jornalísticos propícios para gerar significativas mudanças sociais. Durante seus estudos na área da comunicação, Beltrão (2001) constatou que havia uma divisão entre as massas marginalizadas e as elites intelectuais, e que as formas de expressão dos grupos oprimidos eram muitas vezes ignoradas.

Durante os anos em que esta pesquisadora interagiu com comunidades de fãs, foi percebido como os grupos que eram socialmente oprimidos usavam esses espaços para expressarem anseios não contemplados pelas mídias tradicionais. Através das *fanfictions* e das artes produzidas por fãs (pinturas, desenhos, histórias em quadrinhos) esses grupos inseriam, nas histórias, personagens mais diversos do que aqueles que faziam parte do “cânone” oficial das obras das quais eram fãs. Pode-se refletir que, de certo modo, “complementavam” as obras por meio de suas visões de mundo.

Na atualidade, existem muitas plataformas através das quais diferentes grupos sociais podem se expressar, o ciberespaço é um “ponto de encontro”. Para Lévy (1999) o ciberespaço, o espaço aberto pela *internet*, oferece oportunidades de interatividade como nenhum outro meio de comunicação já fez antes. A *internet* oferece uma liberdade muito maior para que comunidades se formem. Conforme Castells (2001), ela é um ambiente que possibilita novas formas de expressão que podem ser produtos da *Folkcomunicação*, e podem ser encontradas dentro das comunidades virtuais. Castells (2001) afirma que as comunidades virtuais sintetizam a prática da livre expressão em um mundo dominado por burocracias governamentais censoras e conglomerados de mídia. Assim, essas comunidades podem

oferecer um processo de comunicação contrário ao das elites dominantes que “governam” a mídia tradicional.

A partir dessas considerações, surgiu a ideia de unir a teoria da *Folkcomunicação* com estudos a respeito de comunidades de fãs. Para Jenkins (2009) os *fandoms* frequentemente se opõem aos interesses de grandes empresas que tentam monopolizar as diferentes interpretações da arte, ceifando a liberdade de expressão em prol de seus interesses comerciais. Dessa forma, é possível observar, dentro dessas comunidades, articulações sociais que se opõem às ambições das elites.

Quando Beltrão (2001) questiona a dicotomia entre os grupos marginalizados e as elites intelectuais, ele questiona também o alheamento entre os jornalistas e os veículos de comunicação desses grupos marginalizados. Para que o jornalismo possa atender aos interesses públicos, é preciso compreender as diferentes segmentações que existem dentro da esfera pública. “Os grupos que compõem a sociedade atual são, entretanto, grandes, heterogêneos e dispersos. Não mais podem ser reunidos, como os atenienses na ágora ou os romanos no fórum, para que ouçam as mensagem e tomem decisões” (BELTRÃO, 2001, p. 39). Hoje, estão reunidos em comunidades no espaço virtual. A tecnologia e suas possibilidades subverteram, de certo modo, a teoria de Beltrão (2001).

Dessa forma, o presente tema propõe-se a auxiliar na compreensão de como grupos marginalizados se articulam dentro das comunidades de fãs no ciberespaço. Estudar e analisar essas relações dentro da *internet* é uma forma de compreender melhor os processos comunicacionais de grupos sociais, bem como suas práticas dentro do ciberespaço. Beltrão (2001, p. 54), ao dissertar a respeito das massas marginalizadas, questiona “(...) Que espécie de jornalismo, que forma — ou formas — atenderia à sua necessidade vital de comunicação?” Partindo do estudo contido neste trabalho, pretende-se, portanto, compreender de forma mais ampla a presença da *folkcomunicação* em comunidades de fãs, e como o jornalismo pode atender à necessidade vital de comunicação desses grupos.

6. HIPÓTESES

- A. A teoria da *Folkcomunicação* auxilia a compreensão de obras artísticas produzidas por comunidades de fãs nas redes sociais.
- B. As obras produzidas por fãs nas redes sociais podem ser consideradas manifestações artísticas de grupos marginalizados quando representam interesses desses grupos.
- C. A compreensão da forma como grupos marginalizados usam o ciberespaço para compartilhar seus discursos é importante para que o jornalismo possa atender à necessidade de comunicação desses grupos.
- D. As comunidades de fãs das séries “Hannibal” e “Good Omens” possuem obras artísticas cujo discurso abrange os interesses de grupos marginalizados e socialmente oprimidos.

7. OBJETIVOS

7.1 OBJETIVO GERAL

Analisar o discurso das obras produzidas por comunidades de fãs das séries “Hannibal” e “Good Omens” na rede social *Twitter* e sua relação com a teoria da *Folkcomunicação*, com o jornalismo e com a cibercultura.

7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

H A.

- a) Conceituar e caracterizar *Folkcomunicação*;
- b) Conceituar e caracterizar comunidades de fãs;
- c) Analisar as obras artísticas produzidas por comunidade de fãs nas redes sociais;
- d) Entender como essas obras artísticas se relacionam com a *Folkcomunicação*.

H B.

- a) Conceituar e caracterizar grupos marginalizados;
- b) Relacionar como esses grupos estão inseridos em comunidades de fãs;
- c) Entender como as obras artísticas produzidas por esses grupos dentro das comunidades de fãs representam seus interesses;
- d) Compreender como o ciberespaço pode ser um meio para disseminação de obras que representam a arte popular e que divergem dos interesses dos grupos dominantes.

H C.

- a) Relacionar o jornalismo e a necessidade de comunicação de grupos marginalizados;
- b) Estudar como os grupos marginalizados usam o ciberespaço para compartilhar seus discursos.
- c) Aprender como o jornalismo pode comunicar as realidades de grupos socialmente oprimidos através da compreensão das suas expressões em comunidades de fãs.

H D.

- a) Analisar as comunidades de fãs das séries “Hannibal” e “Good Omens” através de observação de suas atividades na rede social *Twitter*, aliada à bibliografia sobre o tema;
- b) Entender como as obras artísticas produzidas pelas comunidades de fãs destas séries possuem um discurso que abrange os interesses de grupos marginalizados e socialmente oprimidos.

8. ROTEIRO DE CAPÍTULOS

1. INTRODUÇÃO

2. FOLKCOMUNICAÇÃO

2.1 O QUE É A FOLKCOMUNICAÇÃO?

2.2 FOLKCOMUNICAÇÃO E ARTE

2.2.1 ARTE POPULAR E ARTE DE ELITE

3. FOLKCOMUNICAÇÃO E JORNALISMO — REALIDADES MARGINALIZADAS POR MEIO DA ELITE INTELECTUAL

4. CIBERESPAÇO — UM NOVO AMBIENTE PARA A ARTE

4.1 INTERNET, UMA REVOLUÇÃO NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

4.2 CIBERESPAÇO E CIBERCULTURA

4.3 A ARTE NO CIBERESPAÇO

4.4 FOLKCOMUNICAÇÃO NO CIBERESPAÇO

4.5 COMUNIDADES VIRTUAIS

4.5.1 COMUNIDADES DE FÃS

5. COMUNIDADES DE FÃS E FOLKCOMUNICAÇÃO — OS NOVOS CÂNONES

5.1 GRUPOS MARGINALIZADOS E COMUNIDADES DE FÃS

5.2 ARTE E COMUNIDADES DE FÃS

5.2.1 MÍDIAS TRADICIONAIS E PRODUÇÕES DE FÃS

5.2.2 FANFICS, FANARTS E FOLKCOMUNICAÇÃO NAS REDES SOCIAIS

6. METODOLOGIA

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

9. METODOLOGIA

O presente trabalho se propõe a analisar o discurso da *Folkcomunicação* nas obras produzidas por comunidades de fãs nas redes sociais. Esta análise será realizada através de uma pesquisa de caráter qualitativo. Minayo (1993) afirma que a pesquisa qualitativa “(...) se preocupa com um nível de realidade que não pode ser quantificado” (MINAYO, 1993, p.21). Para Demo (2012), a pesquisa qualitativa oferece como vantagem uma captação mais flexível da realidade.

De acordo com Minayo (1993), a pesquisa qualitativa “(...) aprofunda-se no mundo dos significados das ações e relações humanas, um lado não perceptível e não captável em equações, médias e estatísticas” (MINAYO, 1993, p.22). O presente trabalho, através desse método de pesquisa, tem por objetivo aprofundar-se nessas significações e ressignificações dentro de comunidades de fãs na *internet*.

O procedimento metodológico deste trabalho será a pesquisa bibliográfica. De acordo com Zanella (2013), esse procedimento tem como vantagem uma cobertura mais ampla e é relevante quando o problema de pesquisa requer dados muito dispersos. Os métodos da futura monografia são a análise de conteúdo, segundo Laurence Bardin (2011) e a Análise de Discurso. De acordo com Bardin (2011), o método está dividido em três fases: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados, inferência e interpretação.

A fase de pré-análise é descrita por Bardin (2011) como um período de organização, onde as ideias iniciais são sistematizadas e um plano de análise é formado. Dentro dessa fase, a autora descreve algumas atividades como, por exemplo, a leitura “flutuante” e a escolha dos documentos. No presente projeto, essa organização se deu através da seleção de material bibliográfico. Foram escolhidos livros, artigos, publicações *online*, algumas postagens em redes sociais que se relacionam com o objeto de estudo e serão analisadas, entre outros documentos. Os objetos de estudo que serão analisados na monografia consistem em obras produzidas pelas comunidades de fãs das séries “Hannibal” e “Good Omens” publicadas na rede social Twitter.

A segunda fase, intitulada por Bardin (2011) como exploração do material consiste, segundo a autora, em aplicar sistematicamente as decisões tomadas na fase anterior. Dessa forma, as informações encontradas no período de pré-análise serão organizadas em categorias. Bardin (2011) afirma que essas categorias podem advir de um critério temático, sendo

agrupadas sob um título genérico através de características comuns entre os elementos. Assim, no presente trabalho, as obras produzidas por comunidades de fãs que serão analisadas serão divididas em:

- Componentes das obras: nesta categoria o critério serão os elementos que compõem as obras, como a linguagem verbal, por exemplo. Nela, as obras serão apresentadas e analisadas conforme a temática que o autor escolheu retratar, os componentes explícitos da obra;
- Discurso das obras: o critério de categorização será os significados que podem ser encontrados ou interpretados nas obras. A presença de alegorias e o que elas implicam, os componentes implícitos nas obras;
- Discurso da comunidade de fãs: o critério de categorização será a relação entre discursos semelhantes em obras diferentes, ou seja, o diálogo entre componentes explícitos e implícitos das diferentes obras.

A terceira fase da Análise de Conteúdo é o tratamento dos resultados, inferência e interpretação. Nessa fase, Bardin (2011) afirma que os dados obtidos serão interpretados e tratados de uma forma que se tornem significativos.

Os objetos de estudo serão também observados conforme o método de Análise do Discurso. De acordo com Zanella (2013), esse método estuda a linguagem presente em textos escritos ou falados. A autora afirma que a análise é dividida em etapas, sendo estas, a identificação do repertório, o isolamento das similaridades ou diferenças e a análise e o exame dos repertórios (aqui a autora afirma que serão analisados o texto e o contexto).

Segundo Sousa (2014, p. 92) “O problema não é saber se um discurso tem ou não tem sentido. A questão da Análise de Discurso é saber como se produz discurso como efeito de sentido”. O autor apresenta alguns critérios conceituais de análise: o Interdiscursivo (o conjunto de formulações que atribuem múltiplos sentidos ao objeto, tornando-o efeito do discurso), o Imaginário (imagens do objeto projetadas a partir das posições da enunciação) e o Real (o objeto fora de qualquer ordem simbólica de de determinação de sentido). Esses critérios serão aplicados nas categorias para compreender como os objetos analisados desencadeiam diferentes formações de sentido através do discurso. O critério Real será utilizado para analisar a primeira categoria. O critério Imaginário será utilizado na segunda categoria e o Interdiscursivo, na terceira.

10. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Para a concretização deste projeto foram essenciais os embasamentos teóricos fornecidos pelos diferentes autores:

10.1 FOLKCOMUNICAÇÃO

Para embasamento teórico nas questões relativas à *Folkcomunicação* foram utilizados os textos dos autores Luiz Beltrão e José Marques de Melo, ambos presentes no livro “Folkcomunicação: Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias” (2001).

10.2 JORNALISMO

Para tratar das temáticas referentes ao Jornalismo, bem como sua conceituação, foram utilizados os autores Felipe Pena e Clóvis Rossi, respectivamente com os livros “Teoria do Jornalismo” (2012) e “O que é Jornalismo” (2000). Os questionamentos de Luiz Beltrão presentes no livro “Folkcomunicação: Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias” (2001) também foram importantes para a construção da discussão presente neste trabalho.

10.3 CIBERESPAÇO E *INTERNET*

As reflexões a respeito do Ciberespaço e da *internet* foram realizadas, principalmente, através da leitura do livro “Cibercultura” (1999) de Pierre Lévy. Autores que contribuíram para a compreensão do tema “ciberespaço e cibercultura” foram Marco Aurélio Borges Costa e Carlos Henrique Medeiros de Souza, no artigo “Abordagens antropológicas do ciberespaço e da cibercultura” (2005). Para o estudo a respeito da *internet* foram essenciais os textos de Manuel Castells, em seus livros “A Galáxia da Internet” (2003) e “A Sociedade em Rede” (2002). Outras autoras muito importantes para o estudo da *internet* foram Lucilene dos Santos Gonzáles e Érika de Moraes, ambas presentes no livro digital Comunicação, Cultura e Linguagem (2014).

10.4 REDES SOCIAIS E COMUNIDADES DE FÃS

Para a compreensão a respeito das redes sociais, “A Galáxia da Internet” (2003) de Manuel Castells também foi muito importante. Outra autora que contribuiu para este estudo foi Raquel Recuero, com o artigo “A Rede é a Mensagem” (2012). Castells também foi essencial para a compreensão a respeito das comunidades virtuais e comunidades de fãs, bem como Pierre Lévy. Para o estudo das comunidades de fãs, o autor Henry Jenkins e seu livro “Cultura da Convergência” (2009) foram essenciais.

10. 5 ESPAÇO PÚBLICO E PRIVADO

A breve discussão a respeito de espaço público e privado teve como embasamento a autora Mariângela Haswani, que está presente no livro “Comunicação Pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas” (2012). Também foram referenciados os autores Hélder Prior e João Carlos Sousa e seu artigo “A mudança estrutural do público e do privado” (2014).

10. 6 CULTURA

Os autores que auxiliaram na compreensão da ideia de cultura foram Terry Eagleton, com o livro “A Ideia de Cultura” (2011) e Lúcia Santaella, com o livro “Culturas e artes do pós-humano” (2003).

10. METODOLOGIA

A metodologia deste trabalho foi escrita tendo como base a autora Laurence Bardin e seu livro intitulado “Análise de Conteúdo” (2011). Para o estudo de Análise de Discurso, o autor Pedro Sousa e seu livro “Análise de Discurso” (2014) foram utilizados.

11. CRONOGRAMA

Atividades	JAN 1/2	JAN 3/4	FEV 1/2	FEV 3/4	MAR 1/2	MAR 3/4	ABR 1/2	ABR 2/3	MAI 1/2	MAI 3/4	JUN
Escrever introdução	X										
Escrever capítulo 2		X									
Escrever capítulo 3			X								
Escrever capítulo 4				X							
Revisão da introdução					X						
Revisão do capítulo 2					X						
Segunda revisão do capítulo 2						X					
Revisão do capítulo 3						X					
Segunda revisão do capítulo 3							X				
Revisão do capítulo 4							X				
Escrever o capítulo 5.								X			
Segunda revisão do capítulo 4									X		
Revisão									X		

12. REFERÊNCIAS

Livros

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em rede**. v.1. 6 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- EAGLETON, Terry. **A ideia de cultura**. 2 ed. São Paulo: Unesp, 2011.
- GONZÁLES, Lucilene dos Santos. O jornalismo e as fórmulas de consumo. *In*: SIMIS, Anita; BRUNELLI, Anna Flora; JUNIOR, Arlindo Rebechi; NAPOLITANO, Carlo José; GONZÁLES, Lucilene dos Santos; GOBBI, Maria Cristina; MACIEL, Suely. **Comunicação, cultura e linguagem**. 1 ed. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014.
- HASWANI, Mariângela. O discurso obscuro das leis. *In*: MATOS, Heloiza. **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 2012.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 1 ed. São Paulo: 34, 1999.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza. Ciência, técnica e arte: o desafio da pesquisa social. *In*: MINAYO, Maria Cecília de Souza; CRUZ NETO, Otávio; GOMES, Romeu; DESLANDES, Suely Ferreira. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 21 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.
- MORAES, Érika de. O jornalismo *on-line* sob o viés discursivo – o novo e o já dado. *In*: SIMIS, Anita; BRUNELLI, Anna Flora; JUNIOR, Arlindo Rebechi; NAPOLITANO, Carlo José; GONZÁLES, Lucilene dos Santos; GOBBI, Maria Cristina; MACIEL, Suely. **Comunicação, cultura e linguagem**. 1 ed. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014.
- PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. 3 ed. São Paulo: Contexto, 2012.
- ROSSI, Clóvis. **O que é Jornalismo**. 10 ed. São Paulo: Brasiliense, 2000.
- SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.
- SOUSA, Pedro de. **Análise do discurso**. Florianópolis: LLV/CCE/UFSC, 2014.
- ZANELLA, Liane Carly Hermes. **Metodologia de Pesquisa**. 2 ed. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/UFSC, 2013.

E-books

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias [e-book]. Porto Alegre: EDIPUCRS – Editora Universitária da PUCRS, 2001.

KERÉNYI, Karl. **Mitologia dos Gregos** Vol. II - A história dos heróis [e-book]. Petrópolis: Vozes, 2015.

LIMA, Helcira. Mulheres e emoções em cena. *In*: LARA, Gláucia Proença; LIMBERTI, Rita Pacheco. **Discurso e (des)igualdade social** [e-book]. São Paulo: Contexto, 2015.

Artigos

PRIOR, Hélder; SOUSA, João Carlos. **A mudança estrutural do Público e do Privado**. *In*: Observatório, Lisboa, v. 8, n. 3, set. 2014. Disponível em: http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1646-59542014000300001 Acesso em: 31 ago 2020.

RECUERO, Raquel. **A rede é a mensagem**: Efeitos da Difusão de Informações nos Sites de Rede Social. *In*: Eduardo Vizer. (Org.). Lo que Mcluhan no previu. 1 ed. Buenos Aires: Editorial La Crujía, 2012, v. 1, p. 205-223. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/redemensagem.pdf> Acesso em: 10 out 2020.

ROCHA, Gilmar. **Cultura Popular**: do folclore ao patrimônio. *In*: Mediações, Londrina, v. 14, n. 1, 2009. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/mediacoes/article/view/3358> Acesso em: 2 out 2020.

SOUZA, Carlos Henrique Medeiros de; COSTA, Marco Aurélio Borges. **Abordagens antropológicas do ciberespaço e da cibercultura**. *In*: Tempo brasileiro, 2005. Disponível em: https://scholar.google.com.br/citations?user=dNyJcYMAAAAJ&hl=pt-BR&oi=sra#d=gs_md_cita-d&u=%2Fcitations%3Fview_op%3Dview_citation%26hl%3Dpt-BR%26user%3DdNyJcYMAAAAJ%26citation_for_view%3DdNyJcYMAAAAJ%3Au5HHmVD_uO8C%26tzom%3D180 Acesso em: 5 mai 2021.