

**#CLARINAAMORSEMCENSURA¹:
SOBRE USOS E APROPRIAÇÕES DA INTERNET PELOS FANDOMS DE
'CLARINA'²**

Maria Eugênia Perez Calixto³

Resumo

O presente artigo se dedica a elaborar alguns apontamentos e análises a respeito do *fandom* do casal “Clarina”, criado a partir da telenovela da Globo “Em família”, escrita por Manoel Carlos e transmitida em 2014. As fãs engajadas com a telenovela estabelecem uma relação de retroalimentação entre o consumo televisivo e o uso da internet, especialmente na rede social Twitter. Nesse cenário, o engajamento com o *fandom* compõe um vocabulário através do qual essas jovens se expressam acerca de tensões em relação às suas sexualidades, envolvendo família, amigos, processos de subjetivação além de questões de visibilidade e representatividade de mulheres que desejam mulheres. Também é explorado o papel da internet e dos usos dos sujeitos no processo de sua apropriação, envolvidos nas atividades dessas mulheres e de suas estratégias atreladas aos *fandoms* no contexto brasileiro.

Palavras-chave: Fandom; Sexualidades; Mídia; Representatividade

Introdução

A relação entre fãs e produtos de entretenimento não é um fenômeno recente. Os sujeitos têm se engajado de formas distintas com filmes, bandas, séries, vídeo games e HQs desde que estes existem. Especialmente a partir do final dos anos 90, uma inflexão vem se estabelecendo diante das intrincadas relações entre fãs e a internet. Visitar sites online,

¹ Uma das *tags* (tipo de palavra-chave que se apresenta como uma ferramenta do Twitter para aglutinar conteúdos semelhantes) utilizada pelo *fandom* do Casal ‘Clarina’ da telenovela “Em Família”

² Trabalho apresentado no Eixo Temático 15 - Convergência tecnológica / Transmídia / Transmídiação do IX Simpósio Nacional ABCiber

³ A pesquisadora é Mestranda em Antropologia Social pelo Instituto de Filosofia e Ciências Humanas (IFCH) da Universidade de Campinas (Unicamp) e recebe financiamento da fundação CAPES. E-mail: eugenia.gg.perez@gmail.com.

discutir, escrever histórias, editar vídeos e elaborar desenhos, dentre outras coisas, são atividades compartilhadas pelos fãs que têm se transformado intensamente nas duas últimas décadas.

Se a emergência do fenômeno hoje chamado de *fandom*⁴ se deu pela organização de grupos de fãs em torno de comunidades que elaboravam convenções, produziam *fanzines*, vídeos em VHS editados a partir de gravações da TV, músicas e desenhos que circulavam entre eles, posteriormente, muitos desses *fandoms*, se caracterizariam largamente pela intrincada relação entre televisão e internet. É no final dos anos 90, por exemplo, que produtores e realizadores de séries de televisão, começam a estimular a expansão do universo da narrativa original desse produto de entretenimento para portais de informação, que possibilitavam a interação e exploração naquele universo, na internet – então em fase de expansão e popularização, inclusive no Brasil.

Essas estratégias, inseridas no contexto das novas articulações entre as culturas de fãs com a internet, deram origem a fenômenos que vêm sendo discutidos na literatura sobre a temática. Uma das discussões mais citadas, diz respeito à chamada cultura da convergência,

Por convergência, entendo o fluxo de conteúdo através de múltiplas plataformas midiáticas, a cooperação entre múltiplas indústrias de mídia e o comportamento migratório das audiências que se dispõe a ir a qualquer lugar em busca do tipo de experiência de entretenimento que querem.⁵ (JENKINS, 2008, p.2)

Esta circulação do conteúdo de mídia que está diretamente relacionada à uma participação ativa da audiência, diz respeito a uma convergência que não é primariamente um processo tecnológico unindo múltiplas funções de mídia nos mesmos dispositivos,

⁴ Originado da união das palavras “fan” (fã) + “kingdom”(reino), o termo se refere a coletivos de fãs que se engajam em torno de um ou mais produtos culturais como séries, filmes, HQs, vídeo games, etc. As atividades incluem muitas vezes o envolvimento em discussões, apreciações e elucubrações a respeito das narrativas, personagens, atores/atrizes, produtores, diretores, bem como a produção de *fanfictions*, *fanvids*, *fanarts* (respectivamente textos fictícios, montagens de vídeos e desenhos ou montagens de imagens que aproveitam elementos narrativos originais para criar novas coisas) além do compartilhamento de memes. O termo “meme” foi criado em 1976 por Richard Dawkins e foi posteriormente reapropriado passando a representar, de modo muito mais objetivo, elementos da cultura popular nos ambientes virtuais que podem se apresentar como imagens legendadas, vídeos virais ou expressões difundidas pelas mídias sociais. Cf. o museu de memes da Universidade Federal Fluminense, disponível em <http://www.museudememes.com.br/>, acessado em janeiro de 2017.

⁵ O presente trecho, assim como outros trechos de língua estrangeira citados ao longo do texto, foi livremente traduzido.

mas antes, diz respeito a uma mudança cultural na qual os consumidores são encorajados a buscar novas informações e fazer conexões entre conteúdos dispersos nas mídias.

Outra discussão que se articula à de Jenkins, é a da chamada Social TV. O termo começou a ser debatido no âmbito acadêmico em relação ao desenvolvimento de aplicações para a TV digital interativa e de dispositivos de conteúdo on demand (HARBOE, 2009). Segundo Proulx & Shepatin (2012), o termo Social TV foi cunhado para descrever a convergência entre televisão e mídias sociais. Além disso,

A internet não aniquilou a televisão; na verdade se tornou sua melhor amiga. Ela é uma colega das crescentes massas de telespectadores que estão simultaneamente online enquanto assistem a seus programas favoritos. A internet, mídias sociais e dispositivos móveis, estão rapidamente convergindo com a televisão e impactando a maneira através da qual experienciamos as programações. (p.3)

No Brasil, os *fandoms* se estabeleceram, se não exclusivamente, principalmente com a expansão/ comercialização da internet. Gomes (2007) indica uma tendência de mudanças significativas no consumo de mídia no Brasil, mencionando mudanças tecnológicas que permitem a um segmento brasileiro de consumidores de mídia, obter autonomia e um aumento de autoridade frente a empresas de comunicação de massa. Se nos anos 1970 e 1980 a telenovela se consolidou como repertório compartilhado entre segmentos dos mais diversos públicos, a partir dos anos 1990 e principalmente da década de 2000 até os dias de hoje, ela perdeu força como fonte única de entretenimento no Brasil (HAMBURGER, 2005).

Silva (2014) indica a importância de três condições para o estabelecimento do que chama de “cultura de séries”, fenômeno cada vez mais notável no Brasil e em outras localidades. A primeira condição diz respeito ao **desenvolvimento de novos modelos narrativos que operam ao mesmo tempo com a permanência e reconfiguração de modelos clássicos**. A segunda está relacionada **ao contexto tecnológico com a expansão e popularização da internet e emergência de novos aparelhos no cotidiano** do(a)s brasileiro(a)s (*desktops, notebooks, smartphones e tablets* despontam como os mais comuns) que por sua vez possibilitam novas formas de consumir programas de televisão (pela mais

tradicional TV linear⁶, por serviços *on demand*, por *streaming* ao vivo⁷, baixando na internet, etc). Isso se articula com a última condição, referente **ao consumo dos programas, e com suas dinâmicas espectatoriais presentes nas comunidades de fãs, estratégias de engajamento e criação de espaços noticiosos e críticos focados nessas séries**. É esse último aspecto que estou particularmente interessada em investigar.

A fim de explorar essas dinâmicas de relações entre televisão e internet, *fandoms* no contexto brasileiro, além de questões relacionadas ao desejo e eroticidade entre mulheres, observei e analisei coletivos de fãs engajados com a telenovela brasileira “Em família” produzida pela Rede Globo e exibida no horário das 21h de fevereiro a Julho de 2014, investigando como uma maneira específica de se envolver com produtos midiáticos típicos dos *fandoms*, vem se incorporando e transformando em alguns coletivos de espectadores, evidenciando-se inclusive na sua relação com um produto midiático de produção nacional largamente consumido no Brasil. O foco de minha investigação se dá em fãs que, esparsas no espaço geográfico, logram conectar-se com o uso da internet a fim de discutirem questões sobre sexualidades, representação, visibilidade e desejos entre mulheres. A telenovela “Em família” e o casal “Clarina” – União dos nomes das personagens Clara e Marina - despontam como vocabulário para a discussão dessas questões e a internet fornece ferramentas e possibilidades, ao mesmo tempo que age sobre esses sujeitos nas relações que ali se estabelecem. Me utilizando de etnografia e entrevistas semi-estruturadas, investiguei especificamente uma página do Twitter, que chamarei aqui de @CanalEmFamília⁸, e os sujeitos ali envolvidos, bem como suas relações com a televisão e a internet, além de suas relações entre seu consumo de mídia e suas sexualidades.

⁶ A TV linear é o serviço no qual o espectador assiste a um programa no horário específico em que é oferecido e no canal em que é apresentado. Essa forma de consumir se contrasta com o uso de VHSs, DVDs ou vídeo por demanda (nos quais se escolhe o horário e a programação desejada).

⁷ Serviço no qual se “carrega” e assiste a um vídeo ao vivo. Pode ser pago ou gratuito.

⁸ Todos os nomes de páginas e pessoas entrevistadas serão substituídos por pseudônimos a fim de proteger suas identidades.

Internet, etnografia desafios metodológicos

Tradicionalmente, a etnografia foi apropriada como ferramenta de investigação dos então chamados “povos primitivos”. Desde então a antropologia e a etnografia têm se transformado intensamente a fim de contemplar outros focos de investigação. Considerei orientações e debates das obras de Marcus (1998), Miller (1987), Miller & Slater (2000 e 2004) e Hine (2015) para empreender uma etnografia capaz de contemplar as relações recíprocas que vêm se estabelecendo entre os sujeitos e a internet.

Marcus (1998) propõe a noção de etnografia multi-situada (multi-local) como alternativa à submissão da etnografia às “clássicas e altamente previsíveis” metanarrativas sobre história e política econômica. O autor aponta que embora as críticas das representações antropológicas dos anos 1980 tenham contribuído para desenvolver preocupações acerca de reflexividade crítica, a complexidade da voz e a posição do sujeito, transformando os termos em que a pesquisa etnográfica estava sendo feita e tematizada, os ideais regulativos e enquadramentos pressupostos do que seria trabalho de campo, ainda retinham muito dos preceitos holistas na antropologia.

Frente a essas convenções o autor propõe o desafio de lidar com focos de investigação que não são simplesmente povos ou que não se definem em lugares específicos ou disponíveis para a observação participante. É assim, que as estratégias multi-situadas de fazer e escrever etnografia aparecem.

O imaginário da pesquisa multi-situada deve traçar e descrever conexões e relações entre lugares anteriormente entendidos como incomensuráveis. Aqui, o que aparece como foco, e o que aparece como contexto, está sujeito ao enquadramento do etnógrafo, é uma questão de decisão e estratégia no desenho da pesquisa.

O desafio de lidar com o foco de minha investigação passou contundentemente pela questão de se lidar com uma espacialidade diferente, com relações entre sujeitos, coisas, informações e conexões, que não podem ser somente alicerçadas nos modos mais clássicos do fazer etnográfico.

Me apoiei também na proposta de Miller (1987) de pensar a relação dos sujeitos com o uso da internet no sentido que compreende o consumo como prática cultural, cujo significado se transforma pelo contexto e pelos seus usos; outra proposta que considerei relevante foi a

de Miller & Slater (2004) na qual a relação entre os sujeitos e a internet é de mútua (re)construção. Comentando o caso empírico em que investigam os cibercafés em Trinidad, os autores apontam:

O que nós, ao invés, buscamos é um estudo dos processos que têm, como suas consequências, a geração do fenômeno que nós observamos. No presente caso, nem a Internet é dada como uma tecnologia que é o objeto de estudo, nem Trinidad é separado como um contexto social ou cultural. Ao contrário, nós objetivamos examinar a Internet como um processo cultural trinitino, assim como entender como Trinidad pode agora ser, dentre outras coisas, um produto do uso da internet. (pág.47)

Por fim, serviram como inspiração os princípios metodológicos propostos por Hine (2015), que pensa a internet como estando incorporada, corporificada e presente nos cotidianos dos sujeitos, o que me levou a atentar para diferentes conexões, modos de presença e interações considerando a textura variável do tecido social que emerge de novos enredamentos.

Combinando o método etnográfico com entrevistas e conversas informais feitas por *whatsapp*, chat do *facebook*, vídeo-conferência e presencialmente, levantei um extenso material sobre o qual discorrei destacando alguns pontos principais nas próximas páginas.

Vai dizer que vc nunca quis ver a bruxa má com a filha da branca de neve?⁹ Notas e Análises de Campo

Eu shipo casais de mulher geralmente, quase nunca shipo casal hetero e tal, eu acredito que isso seja por aquela história da representatividade, sabe? Tipo, porque você pode ver, casal hetero tem de monte na TV, novela, filme, série, qualquer coisa, sempre teve casal hetero, sempre tem aos montes, agora, casal homossexual, tanto de homem quanto de mulher, é mais difícil de ter, só que ultimamente está tendo bem mais, principalmente nas séries e tal. A gente acaba shipando e tal porque a gente se vê na tv nas novelas, principalmente nas novelas. Tipo, quando teve aquele casal da Marina e da Clara naquela novela “Em Família”, foi ano passado, que era com a Giovanna Antonelli e com a Taina Müller, sabe? Cara! Logo antes de começar a novela mesmo, quando eu vi que ia ter elas como casal eu já comecei a tipo, shipar, sabe?

Carol, 18 anos, transcrição de áudio do Whatsapp

Eu tinha 17 anos na época que saiu a novela e tinha me assumido como lésbica fazia uns dois anos. Tava começando a me envolver um pouco com a militância lgbt e conhecia as meninas do grupo. E quando a novela

⁹ Pergunta feita por uma interlocutora por whatsapp em conversa sobre seu interesse por *fandoms*.

saiu foi um grande bum. Porque ainda hj a questão da representatividade de lgbs na TV é muito complicada. E todo mundo começou a comentar sobre como seria o casal. Primeiro casal lesbico na globo e tals.

Maria Clara, 20 anos, conversa pelo chat do Facebook

Se existia um assunto definitivamente recorrente no *fandom* de Clarina - que atravessa um emaranhado de conexões articulando Blogs¹⁰, Páginas e grupos do Facebook, Instagram, Twitter, grupos de Whatsapp, dentre outros – é o das relações de desejos e eroticidades entre mulheres. Salta aos olhos a frequência com que é tratada a temática e as diversas abordagens que torcendo, manipulando e (re)inventando as linguagens apropriadas como ferramentas da narrativa da telenovela “Em família”, permitiam a esse *fandom*, majoritariamente composto de jovens mulheres entre 18 e 35 anos, falar, trocar e enfim colocar em pauta o tema dessas sexualidades.

Carol é moradora de Caçador e nascida em Brusque, duas cidades do estado de Santa Carina. Mandeí uma mensagem particular no chat do Facebook e começamos a conversar. Ela falava do envolvimento com o *fandom* de Clarina com muito interesse e desenvoltura. Logo Carol me pediu que migrássemos a conversa para o Whatsapp por conta da praticidade e me mandou diversas mensagens de áudio contando de sua relação com a novela, seu desejo por meninas e a relação com seus pais. Durante a conversa ela utilizava diversas vezes o termo “representatividade” e explicava que seu interesse por séries e outros produtos de entretenimento muitas vezes estava articulado ao tratamento da temática.

Um discurso semelhante foi articulado por várias outras interlocutoras, dentre elas Maria Clara, estudante de Ciências Humanas de 20 anos, nascida em Santana do Garambéu, uma pequena cidade de Minas Gerais e atual residente na cidade de Juiz de Fora, no mesmo estado. M^a Clara era uma das administradoras da página “CanalEmFamília” do Twitter e Facebook. Também a abordei pelo chat do Facebook e fizemos posteriormente a entrevista por lá, já que seu notebook havia quebrado e só conseguia acessar a internet por celular. Ela conta que já conhecia algumas meninas pela internet por serem as frequentadoras mais assíduas de um Blog bastante acessado sobre conteúdo “lésbico” – como o blog se auto-intitula – e que costumavam assistir à novela e comentar ao mesmo tempo. Em meio a isso, elas decidiram criar uma página para shipar¹¹ o casal, segundo ela, “Pq fazíamos muitas piadas e comentários sobre como de alguma forma aquilo lembrava alguns aspectos das

¹⁰ Um blog em especial foi extremamente relevante no período da novela sendo fonte de muitas visitas, local de encontro e um dos pontos centrais do *fandom* de Clarina, que inclusive apareceu em algumas matérias jornalísticas. Chamarei aqui o blog de BarEmFamília.

nossas vidas”. No entanto, Maria Clara apontou que não se identificava exatamente com as personagens,

Pq elas eram totalmente diferentes de mim. Brancas, ricas. O tipo que não seria facilmente agredido na rua. Mas mesmo com essas contradições ainda eram duas mulheres que se amavam e a gente sabia que o assunto era polêmico e pro casal ir pra frente só com alguma pressão na Internet. (conversa pelo chat do facebook)

Outra interlocutora que abordou uma questão relevante relacionada à representação dessas personagens foi Fabiana. A jovem de 24 anos, recém-formada em direito que trabalha usando a internet, para um escritório de advocacia na casa que divide com a mãe e o padrasto, também se envolveu intensamente com o *fandom* de Clarina ajudando a gerir o blog BarEmFamília, participando de *hangouts*¹² e outras atividades. Ela me conta que é frequentadora assídua do twitter e chega a dizer que se trata de um vício. Em sua trajetória de relações erótico/afetivas, suas primas e tias acabaram descobrindo que Fabiana desejava meninas e nessa situação, a jovem se sentiu pressionada a contar para a mãe antes que esta descobrisse. A reação da mãe foi de não aceitar e de não saber lidar com a situação, seguida de um silêncio sobre o assunto que dura até hoje, embora a situação esteja mais tranquila. Nesse cenário, Fabiana menciona que as vezes algumas situações trazem o assunto à tona, como a novela.

A mesma questão é mencionada por Carol, que considera a representatividade da novela importante, em parte por ter um grande alcance de público e ser um programa que muitas pessoas assistem, inclusive membros de sua família que não lidam bem com sua sexualidade:

Porque é diferente você assistir uma série que as vezes quase ninguém conhece e uma novela, do alcance que as novelas têm, tipo, eu via o meu pai... (...)Ele ficava falando umas coisa meio que pra me magoar daí ele acabou tomando no cu, porque quase toda novela agora tem um casal lésbico. Então hoje meu pai, a família assim, ou não assiste mais novela ou assiste e

¹¹ O termo “shipar” é um encurtamento de “relationship”, amplamente utilizado nos fandoms para indicar o apoio e torcida a um casal. É comum criar um nome para o ship que geralmente consiste na união dos nomes dos personagens, como Clara + Marina: Clarina. O termo também é flexionado como se fosse um verbo (ex: ‘shipando’, ‘shipei’, ‘shipamos’).

¹² Trata-se de conversas instantâneas por chat de vídeo, que pode reunir várias pessoas simultaneamente na conversa. No caso aqui citado, as fãs postavam esses hangouts no site que hospeda vídeos, Youtube.

começa a lidar com isso, entendeu? (Trecho transcrito de entrevista presencial)

Mesmo indicando que no contexto brasileiro a novela tem um papel abrangente como fonte de entretenimento, Carol anuncia de seu ponto de vista, aquilo que Hamburger já havia mencionado no trecho supracitado a respeito de uma perda de força da novela como fonte única de entretenimento articulada com uma expansão e diversificação de outros conteúdos. A jovem menciona que hoje em dia considera as novelas muito paradas e chatas mas achava que antigamente eram melhores; em contrapartida as séries trabalham temas mais específicos menos repetitivos e com fórmulas menos batidas. Todas as interlocutoras com quem conversei alegaram preferir séries do que novelas. Além disso, assistir novela parece ser uma atividade mais compartilhada com a família, especialmente os pais, enquanto as séries são mais compartilhadas com amigos, ou mesmo pessoas desconhecidas que podem se tornar amigos ou parceiras posteriormente, como relataram várias interlocutoras em relação ao *fandom*.

Muitas das meninas contam que fizeram amizades das quais algumas são mantidas até hoje, outras envolveram encontros presenciais e outras inclusive se tornaram relações erótico/afetivas. Fabiana conta que fez muitas amizades no Twitter e presenciou muitas outras, além disso, algumas amigas migraram junto com ela para o *fandom* de “Fifth Harmony”¹³ e a jovem alega compartilhar inúmeras coisas sobre sua vida como problemas e questões íntimas com essas amigas. Ela conta que foi viajou para São Paulo e ficou na casa de pessoas que conheceu através do *fandom* de Clarina e brinca que agora tem lugares pra ficar em várias cidades do Brasil. Fabiana também diz

Eu tenho duas amigas que namoram que se conheceram ali, são minhas amigas mesmo assim, uma delas mora em Floripa e a outra em Curitiba, na época ela morava lá na Irlanda. A minha amiga de Floripa foi lá pra a Irlanda...sabe? Nossa, tem inúmeras histórias...(Transcrição de entrevista por Skype)

Outro relato particularmente interessante a respeito das socialidades que se estabelecem nesses *fandoms* pela internet é o de Lígia. A entrevista com Lígia também foi feita presencialmente em São Bernardo, cidade onde nasceu e reside até hoje. A interlocutora de 31 anos me contou que na adolescência era muito reservada, tinha poucos amigos e um de seus maiores interesses eram os animes. Com o acesso à internet, na época com um

¹³ Trata-se de um *fandom* muito grande que cresceu muito recentemente em torno da *girl group* estadunidense “Fifth Harmony”, formado em 2012 a partir do reality show “The X Factor USA”. Muitas(os) fãs se dedicam a shipar a união de duas das integrantes, embora essas não tenham um relacionamento erótico/afetivo.

computador de mesa, ela começou a participar de fóruns sobre animes e descobriu as *fanfictions*, que gostava muito de ler e escrever, coisa que faz até hoje. Para ela, essas histórias têm “as coisas que você acaba querendo que aconteça e elas acabam não acontecendo, e aí elas podem acontecer na sua história” e ela diz que escreve mais “(...)sobre as coisas que eu desejo e que eu gosto. Coisas que eu gostaria de ver acontecendo, que eu gostaria que acontecessem comigo”. Lígia também conta que os pais não conversavam com ela sobre sexualidades e que seu círculo de amigos e familiares era de “pessoas muito conservadoras”, por isso ela alega nunca ter tido abertura para falar sobre o assunto. Quando participou do primeiro fórum conheceu uma menina que começou a contar de sua vida pessoal,

Ela falou que ela se descobriu homossexual depois dos 25 anos. Aí ela foi contando como foi pra ela, quais que eram as coisas que ela parava pra pensar, porque ela também não tinha com quem conversar sobre isso e tal. Ela foi meio que se questionando sozinha. E aí eu comecei a me identificar com as coisas que ela falava e tal e ela foi a primeira pessoa, assim, com quem eu conversei sobre isso. Eu disse – ‘Ah, eu também já senti coisas parecidas, já pensei em coisas assim’. E aí depois conforme eu fui fazendo outras amizades virtuais, foi quando eu comecei a falar mais sobre o assunto.

O relato de Lígia corrobora outras inúmeras histórias de pessoas que relatam o papel da internet no chamado processo de “sair do armário”. Parreiras (2008) menciona justamente esse fenômeno em sua dissertação a respeito da comunidade virtual chamada *Eper*, na qual, para muitos membros, especialmente mais jovens ou que moravam em cidades pequenas com a família, a comunidade surgia como um dos poucos meios onde “sair do armário” seria possível ou menos arriscado e onde esses sujeitos poderiam conhecer outras pessoas com questões parecidas, parceiros sexuais e afetivos, além do contato com um “Aprender a ‘ser gay’”.

A experiência de Vavá também se insere nesse contexto. Uma das principais criadoras e frequentadoras mais assíduas da página “@CanalEmFamília”, Vavá foi uma das interlocutoras com quem mais conversei, especialmente por meio de Whatsapp. Ao contar sobre minha pesquisa ela foi bastante receptiva e se interessou pelo tema. Ao longo dos meses em que seguimos conversando, ela enfrentou uma série de problemas e sofrimentos que compartilhou comigo em relação à sua vida. Vavá mora numa cidade muito pequena no interior do Paraná com suas duas irmãs, um primo e sua mãe. Ela me contou que já há algum tempo enfrentava um quadro de depressão e se tratava com a psicóloga. Esse teria sido um dos motivos pelo qual abandonou o *fandom* após a novela. Além disso a moça de 26 anos

enfrenta uma situação financeira muito complicada e sustenta sua família com seu trabalho de auxiliar administrativa em um colégio infantil e atualmente é responsável pela maior parte da renda da casa, já que sua mãe sofreu de AVC há alguns anos, além de ter problemas de alcoolismo, e suas irmãs mais novas não trabalham. No período em que estávamos conversando ela também descobriu, através de exame de DNA, que a pessoa que sua mãe dizia ser seu pai, não era seu genitor biológico. Isso tudo abalou muito sua vida junto com o fato de que sua namorada, que morava em outra cidade e que havia conhecido no bate papo da UOL havia um tempo, terminou com ela porque seus pais não a aceitavam.

Vavá me contou em nossas primeiras conversas que quando tinha 21 anos ela tinha acabado de terminar um namoro de cinco anos com um rapaz e passou um ano lutando contra a vontade de ficar com meninas. Durante esse ano ela não contou nada para ninguém:

Vavá: Comecei a entrar no bate papo uol nas salas gls. Conheci pessoas maravilhosas, a primeira menina que eu conversei la eu ainda tenho no face. E foi la que conheci minha namorada em agosto de 2012 na sala de amizade. Depois de muito papos descobrimos que eramos do mesmo estado.

Entrevistadora: Todas as suas namoradas vc conheceu pela internet?

Vavá: Só namorei ela mas as duas outras meninas que fiquei conheci na net sim e inclusive são da região de ctba e inclusive beijei as duas no mesmo dia.

Na vida de Vavá, em relação a sua sexualidade, o papel da internet foi central como meio de trocar experiências com pessoas em situações semelhantes e de conhecer parceiras, especialmente considerando que em sua cidade não existem baladas para conhecer meninas.

Entre *hashtags* (#) e *trending topics*

Danah boyd (2007) apresenta uma definição de sites de rede sociais (SRS) como serviços que permitem aos indivíduos 1) construir um perfil público e semi-público dentro de um sistema delimitado; 2) articular uma lista de outros usuários com quem o sujeito partilha conexões; 3) observar e cruzar referências de sua lista de conexões e daquelas feitas por outros usuários do sistema. De acordo com sua própria definição, a autora aponta que o primeiro site de rede social reconhecível teria sido o SixDegrees.com, lançado em 1997, que permitia aos usuários criarem perfis, listar seus amigos e, já em 1998, acessar as listas de seus amigos. Embora essas características já existissem antes disso em listas compartilhadas de

amigos do ICQ, por exemplo, o SixDegrees.com teria sido o primeiro a combinar todas essas características. De 1997 até 2001 diversos sites de redes sociais surgiram dando suporte a diversas combinações de ferramentas de perfis e grupos de amigos publicamente articulados. AsianAvenue, BlackPlanet e MiGente permitiam aos usuários criar perfis pessoais, profissionais e de namoro. A próxima onda de SRS Começou com Ryze.com, lançado em 2001, que se promovia como uma rede social para ajudas as pessoas a alavancar suas redes de negócios. Nessa onda também surgiram Tribe.Net, LinkedIn e Friendster.

A partir de 2003, muitas novas redes sociais foram lançadas, a maioria caracterizada por sites cujo foco eram os perfis e com o objetivo de tentar replicar o sucesso do Friendster ou tentar atingir alguns grupos específicos. Foi nesse contexto que surgiu o Orkut que, falhando em construir uma base sustentável de usuários nos Estados Unidos, se tornou a rede social mais popular no Brasil. Foi em 2003 também que surgiu o Myspace, que embora inicialmente não fora projetado especificamente como uma rede social para bandas de música, permitia a entrada dessas. As bandas não foram as únicas responsáveis pelo crescimento do SRS, no entanto, a relação simbiótica entre as bandas e os fãs ajudaram muito na expansão do Myspace. Assim, o site se diferenciava justamente por adicionar novas características baseadas nas demandas dos usuários e por permitir a esses que personalizassem suas páginas. Em 2004, adolescentes começaram a se afiliar em massa ao site e em vez de rejeitar menores de idade, o Myspace modificou sua política de usuários para permitir sua entrada. Em 2005 o site começou a ruir por conta de escândalos envolvendo interações sexuais entre adultos e menores de idade.

Enquanto o Myspace atraía a maioria da atenção midiática nos Estados Unidos, as SRS estavam se proliferando e crescendo em popularidade ao redor do mundo. Além disso, serviços de comunicação que já existiam começaram a incorporar características das redes sociais. Serviços de Blogging com características das SRS também se popularizaram. Outras SRS foram lançadas para nichos demográficos específicos antes de se expandirem para audiências maiores. O Facebook surgiu no início de 2004 como uma rede social exclusiva de Harvard e posteriormente se expandiu para outras universidades. No final de 2005 o site começou a se expandir para estudantes do ensino médio, profissionais em redes corporativas e eventualmente, qualquer usuário. Diferentemente de outras SRS, o Facebook não permite que os usuários tornem seus perfis inteiramente públicos. Outra característica que o diferenciava era a habilidade de desenvolvedores externos construírem “aplicações” que permitem aos

usuários personalizarem seus perfis e participar de outras atividades como comparar preferências de filmes e históricos de viagens.

Danah boyd (2010) também aponta que posteriormente, em 2006, foi lançado o Twitter como um serviço de microblogging que permite aos usuários o compartilhamento de mensagens textuais curtas – os “tweets” – com outros usuários do sistema. Como o sistema foi concebido originalmente para compartilhar os tweets por sms, o tamanho máximo de um tweet é de 140 caracteres. Outra particularidade do Twitter é que seus usuários pode “seguir” outros usuários e ver seus tweets, mas em contrapartida, o outro usuário não precisa necessariamente segui-lo. Nesse contexto, os usuários adotam diferentes estratégias, alguns seguem milhares enquanto outros seguem poucos; alguns seguem apenas pessoas que conhecem enquanto outros seguem celebridades e desconhecidos que consideram interessantes.

Fabiana me conta que já tinha um perfil no Twitter antes da novela, mas que usava mais o Facebook antes. Ela explica que voltou para o Twitter no ano da novela porque acha que houve uma invasão familiar no Facebook. Com a popularização deste, o site se tornou “um lugar meio chato porque daí todo mundo via o que você fazia”. A jovem diz que não podia simplesmente excluir sua mãe e seus parentes de sua rede mas por outro lado não se sentia à vontade para compartilhar algumas coisas. Ela conta que então voltou para o Twitter com uma conta pessoal com uma foto de seu rosto, “não era conta de fandom”. Fabiana explica,

Porque na verdade o Twitter tem essa coisa de que quando tu usa uma conta pessoal, geralmente é muito intimista assim. É uma rede social que demora pra você ter intimidade com as pessoas. Quando você faz uma conta pessoal as pessoas já não interagem contigo, com desconhecidos. Por isso que eu acho que no fandom principalmente não usam fotos, porque tem essa liberdade das pessoas te conhecerem e a liberdade de interagir contigo, entendeu? (trecho transcrito de entrevista por Skype)

Ela explica que para *shipar* os casais e participar das atividades de *fandoms* ela abriu outra conta especialmente para isso, com a foto de uma atriz que interpreta uma personagem em uma série estadunidense. A prática de colocar fotos de atrizes, personagens, imagens de séries e novelas nos perfis de fãs era extremamente recorrente no *fandom* de Clarina, assim como em outros *fandoms*. Além disso, é muito comum que os nomes dos perfis também sejam nomes das atrizes e personagens ou nomes que remetam ao ship do casal, como

@MinhaIdolaTaina, @Lesbian4Muller, @FaClubeClarina, @ClaritadaMarina, @clarina_real, @sigaclarina, etc.

Outro motivo que Fabiana aponta para ter feito um perfil diferente eram as chamadas *tags*. Quando começou a assistir à novela “Em família”, ela comentava muito sobre o assunto no Twitter e percebia que era uma coisa que incomodava os outros usuários, já que “subir uma tag” consiste em compartilhar o máximo de *tweets* possíveis com uma mesma palavra ou frase precedida do símbolo de #. Assim, é possível atingir os “trending topics”, ou seja a lista de assuntos mais falados no momento. Essa era uma estratégia constantemente empregada para dar visibilidade ao *fandom*, como mostra a imagem a seguir de um tweet:

[@CanalEmFamília20 de abr de 2014](#)

Bora meu povo



Trata-se de uma estratégia adotada todos os dias durante a novela no *fandom* em que elas combinavam juntas qual seria a *hashtag* do dia e postavam uma imagem explicando todas as regras para usar a *hashtag* de maneira eficiente – porque ao longo da novela elas tiveram problemas relacionados a isso o que culminou em um refinamento da estratégia e no conhecimento das regras de funcionamento do próprio Twitter.

Depois de conseguir subir essas *tags*, e elas realmente conseguiam quase todos os dias durante um período, elas comemoravam tirando um *print*¹⁴ dos trending topics e twittando para o perfil da rede globo.

¹⁴ Trata-se de uma função dos computadores em que é possível tirar uma “foto” da tela.

[@CanalEmFamília](#) 19 de abr de 2014

VAMOS MEU POVO! VEJA ISSO @rede_globo @gshow #ClaraEMarinaSemCortesGlobo <https://www.youtube.com/watch?v=jJhCTlSFZe8> ...



Nesse *tweet* também está anexado um link para uma campanha que o *fandom* organizou de divulgação da importância do casal para elas. O vídeo consiste em montagens com cenas da novela entre as personagens com Clara e Marina, com um fundo musical editado, e várias fotos de fãs em diversos lugares do Brasil segurando cartazes com diferentes *hashtags* apoiando o casal e pedindo que não houvesse censura.

Danah boyd (2010) explica que quando os usuários do Twitter adotaram o site e suas características, uma série de convenções emergiram para que se permitisse aos usuários personalizar a rede social. Os usuários desenvolveram maneiras de referenciar uns aos outros, convergir em *tags* para indicar tópicos de interesse e desenvolveram linguagens específicas para propagar mensagens. O uso dos @ para referenciar usuários e das # para indicar assuntos do momento foram criações desenvolvidas no uso do site que o próprio Twitter incorporou em sua estrutura. Assim, parte do sucesso da rede social vem dessa capacidade de perceber e incluir as demandas dos próprios usuários, em uma retroalimentação na qual o site fornece características próprias e os usuários empreendem estratégias para criar novas formas de se comunicar.

Outra característica mencionada pelas interlocutoras como própria do Twitter, é a proximidade que podem ter em relação à globo, para poder reclamar, exigir visibilidade, rechaçar o que entendem como censura ou até mesmo elogiar, além da proximidade com as atrizes que admiram. Se no Facebook, por exemplo, ambos os usuários precisam se aceitar mutuamente para tornarem-se “amigos”¹⁵ no site, no Twitter é possível seguir alguém sem que essa pessoa te siga em troca. Assim, por exemplo, diversas celebridades, atrizes/atores, cantor(a)s são seguidos por muitas pessoas, enquanto seguem poucas. A possibilidade de enviar um tweet para a atriz que interpretava a personagem de Tainá Müller, que muitas admiravam e desejavam, de alguma maneira fazia com que essas fãs se sentissem mais próximas e pudessem de alguma forma acessar uma figura famosa que julgavam quase inalcançável.

Conforme explica Lígia,

Entrevistadora: Você chegou a mandar algum tweet pra ela?

Lígia: Ela respondeu um, eu printei, pus no Facebook

Entrevistadora: Como foi a sensação quando ela te respondeu?

Lígia: Ai, eu gritei horrores!! Rs Foi tipo ‘Ela respondeu meu tweet!’

Por fim, observei que as integrantes do *fandom* incorporaram um modo de assistir e participar do universo da novela próprio daquele que indiquei anteriormente como Social TV. A possibilidade de mandar mensagens curtas e a facilidade de acesso da rede social pelo celular, dispositivo de preferência de acesso à internet pela maioria de minhas interlocutoras, permitia uma atividade simultânea de assistir à novela e comentar no site compartilhando a experiências com outras usuárias que muitas vezes enfrentam questões parecidas em relação as suas sexualidades. Os chamados *hangouts* também tinham essa função de assistir coletivamente à novela, criando uma situação em que as usuárias poderiam se ver e conversar sobre a novela em localidades distintas, enquanto a assistiam.

Arremate

¹⁵ Nancy Baym (2010) elabora uma ótima discussão sobre o termo “amigo” das redes sociais e as dinâmicas de aceitação e suas implicações.

Busquei ao longo dessas páginas amarrar alguns argumentos centrais a respeito de minha experiência etnográfica na página do Twitter @CanalEmFamília complementada por entrevistas semi-estruturadas e conversas informais com participantes assíduas do *fandom* de “Em Família”.

As principais questões abordadas que se destacam dizem respeito ao universo dos *fandom* como vocabulário, ferramenta para discutir questões pessoais, fontes de tensão familiar e relações com as próprias sexualidades dos sujeitos envolvidos. Dessa forma o envolvimento com *fandoms* torna-se muitas vezes central nas vidas desses sujeitos na busca de respostas sobre questões de suas próprias sexualidades, na busca de pessoas que compreendam seus conflitos e que possam trocar experiências, bem como na busca de parcerias erótico-afetivas.

Se destaca também o papel da internet e dos aglomerados de conexões estabelecidas que ali transitam, permitindo o contato entre sujeitos esparsos com interesses semelhantes. Assim, pessoas de diversos lugares do Brasil, com interesses e muitas vezes angústias em comum, se deparam com uma possibilidade de interlocução e troca que não envolve necessariamente a co-presença em um espaço físico. Além disso, também foi explorado o desenvolvimento dos sites de redes sociais bem como suas características próprias e estratégias dos sujeitos que se alimentam mutuamente na construção daquele contexto, atentando para o desenvolvimento dessas dinâmicas na prática e no próprio caso empírico trabalhado ao longo do artigo.

Espero, por fim, ter abordado questões relevantes e contribuído minimamente para os debates que articulam questões de sexualidades, *fandoms* e a presença da internet nos cotidianos dos sujeitos.

Referências bibliográficas

boyd, danah & ELLISON, N. Social Network Sites: definition, history, and scholarship. In: *Journal of Computer Mediated Communication*, vol 13, nº1, 2007

boyd, danah; Scott, Golde; Gilad, Lotan.. *Tweet, Tweet, Retweet: Conversational Aspects of Retweeting on Twitter*. IEEE: Kauai, HI, January 6, 2010.

- BAYM, Nancy. *Personal connections in the digital age*. Cambridge: Polity, 2010.
- GOMES, Laura Graziela. Fansites ou o "consumo da experiência" na mídia contemporânea. *Horizontes antropológicos*, Porto Alegre, v. 13,n. 28, p. 313-344, Dec. 2007.
- HAMBURGER, E. *O Brasil Antenado: A sociedade da Novela*. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.
- HARBOE, Gunnar. In search of social television. In: PABLO, Cesar; DAVID, Geerts; KONSTANTINOS, Chorianopoulos (Org.). *Social interactive television: immersive experiences and perspectives*. Hershey: IGI Global, 2009
- HINE, Christine. *Ethnography for the internet: embedded, embodied and everyday*. London: Bloomsbury Academic, 2015
- JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. 2. ed. São Paulo: ALEPH, 2008.
- MARCUS, George. *Ethnography through thick and thin*. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1998.
- MILLER, Daniel. *Material Culture e Mass Consumption*. New York: B. Blackwell, 1987.
- _____; SLATER, Don. *The internet: an ethnographic approach*. New York: Berg, Oxford, 2000.
- _____. Etnografia On e Off-line: Cibercafés em Trinidad. In: *Horizontes Antropológicos*, n.21, Porto Alegre, 2004.
- PARREIRAS, Carolina. *Sexualidades no ponto.com: espaços e homossexualidades a partir de uma comunidade on-line*. Dissertação de mestrado apresentada ao IFCH, Universidade de Campinas, 2008.
- PROULX, Mike; SHEPATIN Stacey. *Social TV – How marketers can reach and engage audiences by connecting television to the web, social media and mobile*, New Jersey: John Wiley & Sons Inc, 2012.
- SILVA, Marcel. Cultura de Séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. *Galaxia* (São Paulo, Online), n.27, p. 241-252, jun.2014. Disponível em <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542014115810> , acessado em janeiro de 2017.