

FANFICTIONS: CONVERGÊNCIA, PARTICIPAÇÃO E REMIXAGEM NA RESIGNIFICAÇÃO DO CONTEÚDO MIDIÁTICO ¹

Gabriel Araujo²; Wesley Pereira Grijó³

RESUMO: O artigo aborda o estudo dos membros de uma comunidade virtual de fãs produtores e consumidores de fanfictions, especialmente, aqueles dedicados a produção deste tipo de narrativa originadas de telenovelas. O objetivo é averiguar o perfil desses sujeitos e as dinâmicas dos processos cotidianos que estes realizam na comunidade. O estudo é de abordagem quantitativa-qualitativa e utiliza técnicas de coletas de informações como pesquisa bibliográfica, questionário online, observação da comunidade virtual. Observou-se dois grupos de escritores de fanfictions na rede social Facebook: *Nyah! Fanfiction (Oficial)* e *Nyah! Fanfiction ~ Escritores e Leitores ~*.

PALAVRAS-CHAVE: Fanfictions; Prosumers; Convergência; Cultura participativa; Cultura remix.

INTRODUÇÃO

O artigo aborda o estudo dos membros de uma comunidade virtual de fãs produtores e consumidores de fanfictions, especialmente, aqueles dedicados a produção deste tipo de narrativa originadas de telenovelas. Dessa forma, nosso objetivo é averiguar o perfil desses sujeitos e as dinâmicas dos processos cotidianos que estes realizam nesta comunidade. As informações disponibilizadas compõem uma pesquisa mais abrangente, ainda em desenvolvimento, sobre a produção, consumo e compartilhamento fanfictions de telenovelas.

A ideia de fanfictions adotada converge com a noção estabelecida há alguns anos por Sá (2002), ou seja, são histórias de ficção escritas por fãs a partir de narrativas e personagens já existentes na literatura, no cinema ou na televisão. Johnson (2001) considera-as como um novo gênero literário típico da cultura das interfaces, em que os usuários não estão mais preocupados, exclusivamente, em narrar novas histórias, mas também contá-las a partir de suas perspectivas.

¹ . Artigo apresentado ao Eixo Temático 17 Arte/Entretenimento/Práticas de produção e consumo online do IX Simpósio Nacional da ABCiber.

² . Estudante de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria. Bolsista de iniciação científica Fipe/UFMS/2016. E-mail: gabriel.masarro@hotmail.com.

³ . Professor da Universidade Federal de Santa Maria. Doutor em Comunicação e Informação (UFRGS). Coordenador do Núcleo de Audiovisual, Imagens técnicas e Práticas socioculturais (UFMS/CNPq). E-mail: wgrijo@yahoo.com.br.

Em um contexto comunicacional mais amplo, a crescente importância das fanfictions emerge em com maior intensidade com a chamada convergência dos meios, dos mercados e das inteligências coletivas, de uma cultura participativa e de uma cultura remix (JENKINS, 1992; 2009; SHIRKY, 2011; MANOVICH, 2009) e, mais recentemente, das conexões entre instituições midiáticas e sujeitos (JENKINS; FORD; GREEN, 2015). A audiência, que outrora apenas consumia o conteúdo midiático tradicional, passou a resignificá-lo das mais diferentes formas, como é caso da experiência da produção deste tipo de narrativa.

O estudo é de abordagem quantitativa-qualitativa e utiliza técnicas de coletas de informações como pesquisa bibliográfica, questionário online, observação da comunidade virtual, o que ajudou ainda na análise dos materiais obtidos. Observou-se dois grupos de escritores de fanfictions na rede social Facebook: *Nyah! Fanfiction (Oficial)*⁴ e *Nyah! Fanfiction ~ Escritores e Leitores* ~⁵. Nesse sentido, para maior aprofundamento sobre o perfil dos escritores de fanfictions foi aplicado formulário online com 104 pessoas, entre os meses de setembro e outubro de 2016, com intuito de descobrir qual é o perfil desses prosumers⁶, concomitante a esse foi realizada a observação do cotidiano da comunidade virtual. Para abordagem dos sujeitos participantes foram utilizadas plataformas como site, Facebook e Twitter.

CULTURA PARTICIPATIVA, FANDONS E FANCTIONS

Ao tratar da relação entre convergência dos meios de comunicação, da cultura participativa e da inteligência coletiva, Jenkins (2009) aponta que vivenciamos um processo de transformação cultural, uma vez que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e a fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos. O público ganha poder com as novas tecnologias presentes no espaço de intersecção entre os velhos e novos meios de comunicação e agora pleiteia seu papel de participante.

Os chamados fãs, ou seja, sujeitos atuantes e com forte vínculo de afeto com a produção midiática, ganham nomenclaturas e abordagens diferentes entre os autores: no que concerne à televisão, Jenkins (2009) apresenta-os como zapeadores, casuais ou fiéis; num âmbito mais amplo, Sandvoss (2013) divide-os em adoradores e entusiastas; e, por fim,

⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/103030110037641/?fref=ts>. Com 16.651 membros. Acesso em 01 jan 2017.

⁵ Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/NyahFanfiction.EscritoreseLeitores/?fref=ts>. Com 27.695 membros. Acesso em 01 jan 2017.

⁶ O termo *prosumer* deriva da união de duas palavras: produtor e consumidor (Produtor – Producer; Consumidor – Consumer).

Sullivan (2009) pondera que a vinculação desses sujeitos ao conteúdo midiático passa por uma escala de desenvolvimento que inicia em consumidor, depois por entusiasta, fã e culmina com a posição de produtor.

Este atual contexto midiático, em que os fãs recriam narrativas a partir das obras originais e disponibilizam em sites, converge com a ideia difundida por Jenkins (2009) de “cultura participativa”. Na visão do pesquisador, o usuário comum pode apropriar-se dos artefatos culturais do nosso tempo, a partir de seus próprios termos, provocando seleções, inflexões, justaposições e mensagens de recirculação. O estudo sobre fandom (comunidade de fãs) iniciou oficialmente com a publicação de *Textual Poachers* por este pesquisador (JENKINS, 1992). Assim, um novo público produtor/consumidor de conteúdo emerge, trazendo mudanças na forma como a mídia é feita e consumida. Ao pensar sobre esse cenário, Shirky (2011) aponta que as novas tecnologias permitem aos seus usuários criarem de forma colaborativa entre seus pares. Nesse sentido, o acesso a ferramentas baratas e flexíveis remove a maioria das barreiras para tentar produzir coisas novas, pois já não precisa de supercomputadores para direcionar o excedente cognitivo. Além disso, as novas mídias possuem uma característica tripla: consumo, produção e compartilhamento, e isso, segundo Shirky, era algo que as mídias tradicionais não possibilitavam e que veio a ser amplificado com o desenvolvimento tecnológico e que vem, cada vez mais, criando uma infraestrutura coletiva e recíproca.

Neste cenário que emergem as produções do fãs que, na visão de Vargas (2005), são textos que esses sujeitos criam inspirados em um enredo original, aumentando ou modificando o roteiro das histórias, acrescentando novos personagens e alterando as relações entre os já existentes. Os escritores/fãs são chamados de *ficwriters* ou *fanfiqueros*.

[...] a produção da *fanfiction* começou justamente pela iniciativa de fãs que sentiam necessidade de estender o contato com o universo ficcional por eles apreciado para além do material disponível, como o capítulo semanal de um seriado televisivo”. (VARGAS, 2005, p. 21)

Ao atualizem a dinâmica, Souza e colaboradores (2015) acrescentam que:

[...] as *fanfictions* podem explorar ficcionalmente desde os possíveis relacionamentos imaginados entre os membros de uma banda de pop japonês até supostos casos homoeróticos entre Spock e o Capitão Kirk (*Star Trek*), havendo mesmo fusão de elementos oriundos de experiências culturais distintas, como reescrituras de *Cinquenta Tons de Cinza* que trazem Justin Bieber como protagonista. (SOUZA et al., 2015, p. 108)

Koziel (2015) acrescenta que esse tipo de consumo midiático é realizado *online* por um agrupamento de fãs em redes sociais, sites, redes de compartilhamento ou qualquer outro meio virtual que os admiradores desses produtos possam debater sobre o assunto e a partir disso, com suas perspectivas, criar outros produtos autorais e exclusivos. Estes podem ser em formato de vídeo, áudio, texto e imagens estáticas. Os novos autores passam a compartilhar suas produções de modo virtual e até mesmo “presencial”, participando de concursos culturais e outras formas de divulgação.

Além disso, no processo de integração das tecnologias midiáticas com a digital, graças ao desenvolvimento da Web 2.0 (O'REALLY, 2007), a interação do usuário com a informação é o grande diferencial desta geração, possibilitando aos sujeitos a produção e o compartilhamento de conteúdo, transformando-os no que Toffler (1980) chamou de *prosumer*, ou seja, o indivíduo que produz algo para consumo próprio. Expandindo esse sentido inicial de *prosumer*, Santaella (2003) considera que o usuário assume o papel tanto de produtor da informação quanto de consumidor da mesma. No atual cenário, os sujeitos podem tornar-se produtores, criadores, compositores, montadores, apresentadores, difusores de seus próprios produtos, utilizando como suporte material o que Manovich (2001) denomina de “novas mídias” para a distribuição desses materiais⁷. Com isso, “uma sociedade de distribuição piramidal começou a sofrer a concorrência de uma sociedade reticular de integração em tempo real. Isso significa que estamos entrando numa terceira era midiática, a Cibercultura” (SANTAELLA, 2003, p.82).

Entre as materialidades potencializadas a partir da atuação dos *prosumers* na cultura da convergência estão as *fanfictions*. Assim, os sujeitos receptores de conteúdos produzidos pela indústria cultural - no caso deste estudo do conteúdo televisivo - têm a iniciativa de manifestar suas impressões sobre esses produtos, de recriá-los e disponibilizá-los em meio eletrônico para compartilhar em comunidades virtuais suas experiências de recepção, produção e fruição. Num âmbito mais filosófico, Martin (2007) considera que poderíamos incluir as *fanfictions* como “metaficções”.

Esse *prosumer* no contexto de produção de *fanfictions* é denominado de ficwriters: são sujeitos comunicantes em quem os papéis de autor e leitor/ouvinte/espectador assumem posições híbridas. Além disso, na sua essência, os ficwriters não buscam ganho financeiro com suas produções, apesar de já existirem alguns casos em que devido à grande repercussão tiveram seus direitos comprados por grandes empresas como é o caso de *Master*

⁷ Nesta pesquisa consideramos "novas mídias", conforme a concepção de Lev Manovich (2001), ou seja, são textos distribuídos em computador, websites, livros eletrônicos, etc., representando a convergência de duas trajetórias históricas: a computacional e a das tecnologias midiáticas.

of *The Universe*, uma fanfiction derivada da *Saga Crepúsculo* que deu origem a série de livros *Cinquenta tons de Cinza*, com grande retorno financeiro nos mercados editorial e cinematográfico. Na maioria das ocorrências, os ficwriters ressignificam suas obras preferidas e criam outras histórias derivadas destas e, em alguns casos, acrescentam personagens e narrativas de diferentes universos narrativos.

Alguns pesquisadores já observam o fenômeno das *fanfictions* há alguns anos contribuindo para uma melhor compreensão da cultura participativa em relação aos produtos midiáticos. Dentre esses trabalhos destacamos, entre livros, artigos científicos, teses e dissertações: Vargas (2005), Martin (2007), Siqueira (2008), Sachs (2012), D'Oliveira e Romanelli (2013), Magnoni e Miranda (2013), Bezerra (2014) e Santiago (2014). Esses estudos têm como objeto empírico de pesquisa o processo de reescrita da versão original de produtos televisivos, principalmente, séries norte-americanas. Cabe ressaltar que recentemente, Souza e colaboradores (2015) realizaram pesquisa exploratória sobre as ficções criadas por fãs a partir de telenovelas brasileiras no triênio 2010-2013 e concluíram que a circulação dessas produções ocorre em uma variedade de plataformas (sites repositórios, blogs e redes sociais online) a partir das múltiplas maneiras como os autores das *fanfictions* reinterpretaram as narrativas televisivas.

O PERFIL DOS SUJEITOS DAS COMUNIDADES DE FANFICTIONS

Assim, neste estudo de perspectiva quantitativa-qualitativa (MINAYO; SANCHES, 1993; CRESWELL, 2007) que utiliza técnicas de coletas de informações como: pesquisa bibliográfica, questionário online, observação da comunidade virtual inspirada na proposta de Hine (2000), pesquisamos dois grupos de escritores de fanfictions na rede social Facebook: *Nyah! Fanfiction (Oficial)* e *Nyah! Fanfiction ~ Escritores e Leitores ~*.

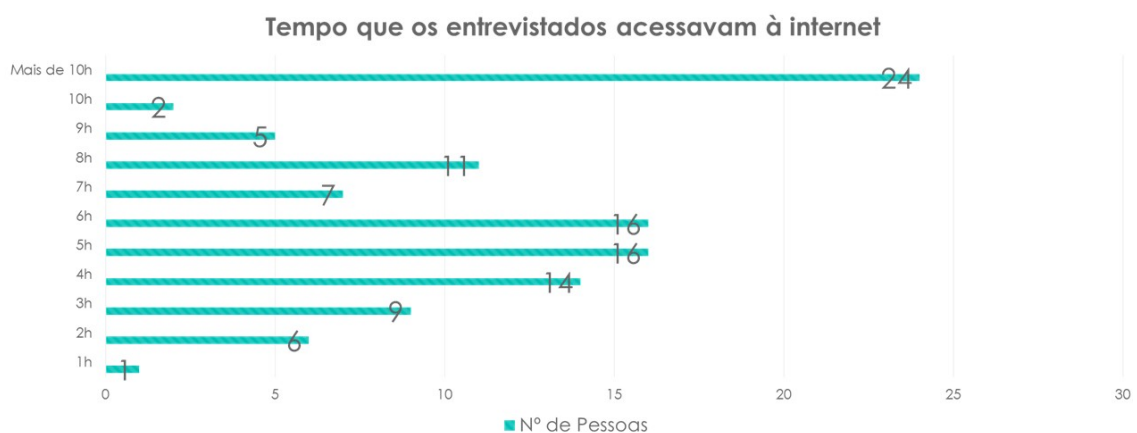
Como forma de melhor compreender o perfil dos escritores de fanfictions foi aplicado formulário online com 104 pessoas, entre os meses de setembro e outubro de 2016. Na averiguação quantitativa, dos sujeitos que responderam ao questionário online, 89 são gênero feminino, 14 do masculino e um não quis identificar-se nesse quesito.



Fonte: Dados da pesquisa

Segundo os dados obtidos, a Internet é a mídia mais consumida, correspondendo a 71 respostas. Para outras 19 pessoas, o celular é o mais consumido; para 12, os livros. Apenas uma pessoa consome mais televisão que as outras opções e uma marcou como “outros”. Especificadamente em relação à Internet, quando questionadas sobre o tempo que acessam por dia, 24 dessas pessoas marcaram a opção mais de 10h; duas cerca de 10h; cinco, por volta de 9h; onze ficam 8h; e sete, 7h. De 5h à 6h, 32 pessoas consomem diariamente internet (16 cada). Já para 4h, 14 pessoas acessam a rede, nove por 3h e seis por 2h. Apenas uma pessoa acessa por volta de uma hora ou menos.

Gráfico 1: Tempo de acesso à Internet pelo sujeitos



Fonte: Dados da pesquisa

Em relação ao tempo dispendido na comunidade *Nyah! Fanfiction*, quatro pessoas acessam mais de 10h por dia; outras quatro passam 8h; cinco delas ficam 6h; oito por 5h; onze responderam que passam 3h; e 29 delas cerca de 2h. A maioria dessas pessoas, totalizando 35, passam por volta de 1h online nessa comunidade.

Sobre a localização geográfica dos *prosumers*, 27 moram no Estado de São Paulo; 15 no Estado do Rio de Janeiro; e, 9 em Minas Gerais. Santa Catarina e Pernambuco contabilizam 6 dos entrevistados cada um. Cinco pessoas moram na Bahia; outras 4 em Goiás, Maranhão e Rio Grande do Sul, cada um. Os Estados da Paraíba e Ceará obtiveram 3 respostas, respectivamente. No Rio Grande do Norte, 2 pessoas responderam. Dos demais Estados do Brasil, não foram recebidos formulários respondidos. Cabe ressaltar que duas pessoas residentes no exterior participaram, sendo uma nos Estados Unidos e outra em Portugal.

Em relação às cidades dos escritores, estas variam entre municípios do interior e Capitais. As citadas foram: Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba e São Luís, 3 vezes; Porto Alegre, Belo Horizonte, 2 vezes; as demais cidades foram: Campinas, Guarulhos, Arcoverde, Florianópolis, Ipameri, Valença, Paraty, Lisboa, Araraquara, Cachoeira Paulista, Santo André, Mauá, Curvelo, Anápolis, Maranguape, Pato Branco, Lagoa Santa, Nonoai, Nova Friburgo, Mossoró, Goianinha, Santa Luzia, Recife, Itaperuna, Santos, Joinville, Aracaju, Campina Grande, Crato, Duque de Caxias, Tubarão, Brasília, Sumé, Surubim, João Pessoa, São José dos Pinhais, Piracicaba, Manaus, Fortaleza, Pinhais, Niterói, Vitória, Francisco Beltrão, Juiz de Fora, Marília, Farroupilha, São José, Poços de Caldas, Salvador, Belford-Roxo, Vitória da Conquista, Picos, Itabuna, Lages, Itaim Paulista, Tuntum, Maricá, Ourinhos e Maceió.

De acordo com as respostas obtidas, no que concerne ao estado civil dos(as) escritores(as) de *fanfictions*, 80 consideram-se solteiros(as), 18 namoram, 4 estão em uma união estável e 2 são casados.

Sobre a escolaridade, um dos entrevistados é pós-graduado e 2 estão em processo de conclusão do curso. Além deles, outros 12 possuem Ensino Superior completo e 23 estão em andamento. Já outros 38 membros responderam que concluíram o Ensino Médio e 17 ainda estão por terminar. Com Ensino Fundamental, foram encontradas 10 pessoas e apenas uma ainda não concluiu essa fase. Em relação a profissão, as respostas que mais prevaleceram foram: estudante, auxiliar, professor, atendente e vendedor.

A renda familiar, em salários mínimos, dos escritores de *fanfictions* varia: um (17 pessoas), dois (29 pessoas), três (15 pessoas), quatro (5 pessoas), cinco (3 pessoas), seis (4 pessoas), sete (2 pessoas) e oito salários (1 pessoa). Cerca de três pessoas possuem a renda acima de 10 salários e 25 dos questionados não tem renda e/ou preferiram não responder.

CONVERGÊNCIA, PARTICIPAÇÃO E REMIXAGEM

Posteriormente, foi realizada a observação mais qualitativa dos sujeitos envolvidos na comunidade, focando em suas várias franquias em diferentes redes sociais: *Facebook*, *Twitter* e *YouTube*. Assim, foram pesquisados perfis com ligação ao site *Nyah!* e coletadas postagens dos meses de agosto e setembro de 2016 (*Facebook*, *Twitter*); e vídeos (*YouTube*) dos meses de abril até outubro daquele mesmo ano. Devido ao montante de postagens, delimitamos a coleta, preferencialmente, apenas do conteúdo referente às palavras-chave “telenovela” e “novela”.

Em relação ao grupo no *Facebook Nyah! Fanfiction (Oficial)*, foram encontradas 16 incidências que fazem menção aos termos “telenovela” e “novela. De acordo com o nome e/ou codinome utilizado nesses perfis que realizaram as postagens foi possível identificar que 11 são do sexo feminino (uma delas postando até três vezes) e os outros três são identificados como do sexo masculino. Todas as publicações possuem textos corridos e a maioria utiliza fotografias das telenovelas que fazem menção.

Há também a presença de vídeo em uma das postagens. Em relação ao conteúdo, variam os assuntos, no entanto a maioria busca:

- 1) divulgar as fanfictions dos membros da comunidade;
- 2) pedir narrativas para os autores; e
- 3) criticar as histórias publicadas.

Em síntese, o número de compartilhamentos é quase inexistente, exceto por uma publicação que possui 11; as curtidas variam de um a 250 *likes*; e os comentários de zero a 41. As referências midiáticas presentes nas postagens corriqueiramente abordam telenovelas brasileiras e mexicanas, exceto por uma incidência que envolve desenhos animados.

Também foram encontradas outras 40 publicações feitas por usuários desse grupo no mês de setembro. Nelas é perceptível a presença de perfis femininos (25) com *posts* repetidos e sete masculinos. Os conteúdos das postagens variam:

- 1) [a maioria] sobre divulgação de *fanfictions*;
- 2) eventos esporádicos;
- 3) campanha do Setembro Amarelo, inclusive, com narrativas relacionadas ao tema;
- 4) Dia da Visibilidade Bissexual;
- 5) dicas sobre como criar *fanfiction* sobre alguns temas específicos;
- 6) conselhos a escritores que pensam em publicar livros;
- 7) as regras para participar e publicar no grupo.

Cabe ressaltar que todos os posts possuem alguma produção textual acompanhada de uma imagem estática relacionada à publicação. Somente um caso houve a vinculação direta com produto audiovisual (imagem em movimento e com som).

As referências midiáticas encontradas fazem menção a alguns produtos *mainstream* (nenhuma às telenovelas), como: *Thor* (filme), *Harry Potter* (filme e livro), *O Lado Bom da Vida* (filme e livro), *A Menina que Roubava Livros* (filme e livro), *As Vantagens de ser Invisível* (filme e livro), *Divergente* (filme e livro), personagens da Marvel (filme e HQ), *Switched at Birth* (série), *Sherlock* (série) e *Hoje Eu Quero Voltar Sozinho* (filme).

O conteúdo das publicações é caracterizado pela utilização de memes⁸, trechos de histórias em quadrinhos e imagens populares da Internet. Evidenciamos ainda uma significativa presença de *shippagens*⁹, *crossovers*¹⁰, ironias/críticas sobre insistência de alguns prosumers apontarem suas produções “originais” e divulgação de outros ambientes para disponibilização das fanfictions.

No *Twitter*, o perfil oficial do site *Fanfiction.com.br* (@nyah_brasil) possui apenas três publicações nos dois meses pesquisados, evidenciando a pouca importância dessa plataforma para os membros da comunidade observada e também do próprio grupo NyahFanfiction, uma vez que o envolvimento com o público é baixo como, por exemplo, os retuites que variam de 2 a 3; as curtidas de 9 a 37; e as respostas, apenas uma publicação com 27. Contudo, pode-se notar que tais postagens utilizam basicamente recursos de texto e apenas uma utilizou imagem estática. Não há registro de referências à telenovelas.

No *YouTube*, entre abril e outubro, foram encontrados 41 vídeos que fazem referência no título ao nome do site (*Nyah! Fanfiction!*). A maioria dos perfis utiliza codinomes que não permite a identificação do sexo. Os vídeos, em sua maioria, são para divulgação das *fanfictions*, utilizando a técnica publicitária audiovisual dos *trailers*¹¹ para apresentar a sinopse e personagens, enfim, um compartilhamento de modo mais imagético e dinâmico com o intuito de convidar quem está assistindo ao vídeo para ler a história posteriormente no site. Essas produções seguem a lógica da “cultura remix” (MANOVICH, 2009) ao utilizarem

⁸ Descrever um conceito de imagem, vídeo e/ou relacionados ao humor, que se espalha no ambiente da Internet. O termo é uma referência ao conceito de memes, que se refere a uma teoria ampla de informações culturais criada por Richard Dawkins em 1976 no seu livro *The Selfish Gene*.

⁹ Ato de torcer pelo relacionamento amoroso de alguém, normalmente personagens de filmes, seriados, desenhos animados, histórias em quadrinhos, mangás e etc.

¹⁰ Estratégia narrativa materializada em um evento fictício em que dois ou mais personagens, cenários ou acontecimentos sem qualquer relação anterior em produtos de mídia (filmes, quadrinhos, seriados, etc) que passam a interagir num mesmo produto.

¹¹ Produto audiovisual que contém cenas escolhidas com frases de efeito superpostas às cenas ou com um narrador motivando o espectador a assistir a um filme. Tem como objetivo atrair a atenção do público-alvo a consumir o filme completo.

trechos de telenovelas brasileiras e mexicanas, filmes nacionais e internacionais, videoclipes, vídeos e imagens disponíveis na Internet para representar o que, na maioria das vezes, é acompanhado de uma legenda para descrever a história a ser divulgada. Apenas um vídeo é uma produção exclusiva para a plataforma. A duração dos produtos varia de 23 segundos a quatro minutos; as visualizações apresentam-se pequenas (de 2 a 651); e os comentários, na maioria, são de elogios à sinopse da *fanfiction*.

Dentre os vídeos se destacaram produções de teor mais simples e outras de maior complexidade artística, utilizando trechos de filmes, clipes e produções midiáticas em geral que expressam a representação física dos personagens tratados nas narrativas ou de momentos que coincidam com a trama da história.

Um dos vídeos, por exemplo, apresenta conteúdo aparentemente produzido pelos próprios escritores, devido à simplicidade, à originalidade e ao contexto condizente com o produto final. O produto midiático em questão, denominado como “*Eu sou um pecador*”¹², objetiva a divulgação de uma história em que dois rapazes se envolvem amorosamente. Na sinopse disponibilizada, a personagem Gulliver quer se relacionar com outro adolescente: Ethan. Este é aluno de uma escola de padres e, devido à pressão religiosa, se pune toda vez que se deixa levar pelo desejo a uma pessoa do mesmo sexo.

O *trailer* inicia com os dois garotos flertando-se em um ambiente fechado. Depois, aparecem manipulando tintas de várias cores e pintam uma parede de forma aleatória. O chão do ambiente encontra-se coberto de jornais e, em seguida, torna-se uma “cama” para uma cena de amor entre eles.

Um outro vídeo de divulgação de *fanfiction*, intitulado “*Gêmeas*”, foi o mais visto entre aqueles coletados no período da pesquisa, tendo um total de 761 visualizações. O *trailer* contém trechos dos filmes e *Making off* de gravações, com entrevistas e brincadeiras dos atores de *Percy Jackson e os Olimpianos* e *Heróis do Olimpo*. No entanto, contém uma legenda alterada pela editora do clipe da *fanfiction*, divulgando a história das irmãs gêmeas que são totalmente opostas e têm grande visibilidade na faculdade onde estudam.

Diante do que foi exposto, podemos sintetizar as relações/produções dos sujeitos na comunidade de produtores de *fanfictions* observada, conforme o esquema relacional abaixo:

¹² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=c2BJmXO3sjc> <https://www.youtube.com/watch?v=RGIF5A2CAaU>. Acesso em 01 jan 2017.

Figura 1: Esquema relacional da comunidade observada



Fonte: Produção dos autores

Dessa forma, nossa observação permite indicar que, mesmo com poucos integrantes atuantes e dentro do recorte temporal da pesquisa, as interações em torno do *Nyah! Fanfiction* são efetivadas por seguidores fiéis que ressignificam o conteúdo midiático em conformidade com seus interesses e, assim, materializam em suas práticas os postulados de “cultura participativa” e “cultura remix”, dentro da lógica da “cultura da convergência” (JENKINS, 2009).

Em relação às postagens sobre telenovelas, no geral, são compartilhados conteúdos: 1) referentes a produções atuais ou antigas, como as menções à personagem Nazaré Tedesco¹³; e 2) há ainda manifestações ideológicas como, por exemplo, assuntos políticos. Esses sujeitos, além criar narrativas, são fãs que também consomem e divulgam esses produtos pelas suas redes de compartilhamento. Utilizam seus perfis nas redes sociais online para disponibilizar suas produções a pares interessados pela temática através de grupos e páginas específicas. Além disso, estão propícios a críticas positivas e/ou negativas, sugestões e interações com seus leitores, permitindo um diálogo entre produção e audiência.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desse modo, a partir do que identificamos na observação da comunidade de fãs/produtores de narrativas, foi possível notar a materialidade do que Jenkins (2009) conceitua como “cultura participativa”. Nesse sentido, presenciamos um anseio dos sujeitos em interagir com mais atividade no conteúdo midiático, que não nasce com a chamada “cultura da convergência”, mas encontrou nela maior reverberação.

Esse fenômeno observado corrobora com o questionamento feito em um artigo por Jost (2012) sobre a existência de novos comportamentos para antigas mídias ou antigos comportamentos para novas mídias: no caso específico da experiência de produção de

¹³ Antagonista da telenovela *Senhora do Destino* (Rede Globo, 2004-2005).

fanfictions essa interrogação do pesquisador poderia ser direcionada para o fato dos usuários nativos da comunicação digital criarem afeto por conteúdo de uma “mídia tradicional”, mas ainda assim sentem-se incitados a criar suas próprias versões, seus pontos de vista.

Em relação às produções que serviram de inspiração para as *fanfictions* estudadas aqui, elas apontam que os fãs produzem conteúdo para a comunidade virtual a partir do que consomem da mídia *mainstream*, como filmes, séries, telenovelas, HQs, livros etc.

Assim, identificamos que os sujeitos criam suas próprias narrativas a partir de interações anteriores com o conteúdo midiático e com as quais mantêm algum afeto. Além disso, mais do que produzir narrativas derivadas de outras, essas pessoas consomem e divulgam suas histórias e de outros escritores em suas redes de interações no ambiente virtual.

Na prática, além do site atuar com repositório dessas narrativas, os *prosumers* utilizam seus perfis nas redes sociais online para disponibilizar suas produções a outros membros da comunidade (escritores e leitores) interessados pela temática desenvolvida. No entanto, a relação de afeto entre escritores, leitores e narrativas está sujeita a julgamentos entre os membros da comunidade, sendo que encontramos críticas (positivas e negativas), sugestões de histórias ou de condução da narrativa, interações com outros leitores num fluxo de diálogo entre quem escreve as narrativas e seus leitores, algo mais próximo do que é comum nos produtos dos grandes meios massivos.

No que concerne à estrutura das narrativas, as produções variam em um (*one shot*) e 99 capítulos, expressando assim uma aproximação à lógica da serialização, com autoria majoritária de usuárias ou perfis que se identificam como feminino. Além disso, as abordagens das histórias giram em torno de temáticas presentes nas narrativas melodramáticas, como: amores, reconciliação, reviravoltas, paixões secretas e/ou impossíveis, vingança, casamento, rivalidade, reencontro, relações familiares, casamento, segredos, entre outros temas.

Destaca-se ainda que essas narrativas apresentam casos - não majoritários - de personagens criadas exclusivamente na versão da *fanfictions*, *shippagens*, *crossovers* e a incidência de protagonistas nem sempre coincidentes com aqueles apresentados na história original.

Percebe-se que essa experiência de produção de narrativas ficcionais pelos fãs brasileiros corrobora com a ideia de que, no atual cenário midiático, os meios e conteúdos estão sendo, de alguma forma, levados e reconfigurados pela “cultura da convergência”, não perdendo a essência e as características principais, preservando a lógica melodramática,

entretanto com abordagens próprias e livres das limitações impostas pelas empresas detentoras dos direitos autorais das histórias.

Referências bibliográficas

BEZERRA, B. B. Fanfiction: Possibilidade Criativa nos Ambientes Digitais. **Revista Temática**. Ano X, n. 03 – Março, 2014.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto** (2a ed., ROCHA, L. de O., Trad.). Porto Alegre: Artmed, 2007.

D'OLIVEIRA, B.; ROMANELLI, M. Fanfictions e o Papel do Fã na Era da Transmídia. **Revista Hipertexto**, v. 3, n. 1, p. 1-14, 2013.

HINE, C. **Virtual ethnography**. Londres: Sage, 2000.

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

JENKINS, H. **Textual poachers: television, fans and participatory culture**. New York: Routledge, 1992.

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2015.

JOHNSON, S. **A Cultura das Interfaces**. Como o computador transforma a nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed., 2001.

JOST, F. Novos comportamentos para antigas mídias ou antigos comportamentos para novas mídias?. **Matrizes**, v. 4, n. 2, 2012.

KOZIEL, E. **Práticas de leitura na cibercultura e a formação do leitor crítico: fandom e transmidialidade na série Percy Jackson e os olímpianos**. Dissertação (mestrado). Programa de Pós-Graduação em Letras. Maringá: Universidade Estadual de Maringá, 2015.

MAGNONI, A. F.; MIRANDA, G. V. Novas formas de comunicação no século XXI: o fenômeno da cultura participativa. **Conexão – Comunicação e Cultura**, UCS, Caxias do Sul – v. 12, n. 23, jan./jun., 2013.

MANOVICH, L. **The language of new media**. Cambridge, Mass.: Mit Press, 2001.

MANOVICH, Lev. A Prática da Vida (Midiática) Cotidiana. **Lugar Comum**, n. 28, p. 283-296, 2009.

MARTIN, M. Les Séries télévisées sur Internet: le cas des " fanfictions". **Médiamorphoses** (INA), p. 86-89, 2007.

MINAYO, M. C de S.; SANCHES, O. Quantitativo-qualitativo: oposição ou complementaridade. **Cadernos de saúde pública**, v. 9, n. 3, p. 239-262, 1993.

O'REILLY, Tim. What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. **Communications & strategies**, n. 1, p. 17, 2007.

SÁ, S. P. Fanfictions, comunidades virtuais e cultura das interfaces. XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais...** Salvador/BA, 2002. Disponível em:

<<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/dc3d19659387a020b429d27cf2e49895.pdf>>. Acesso em: 19 jun. 2016.

SACHS, R. S. Produçãem e transletramentos de prosumers no tumblr: o fandom de Glee e as travessias hipermodais. **Língua, Literatura e Ensino**, Vol. VII, outubro, 2012.

SANDVOSS, C. Quando estrutura e agência se encontram: os fãs e o poder. **Ciberlegenda**, n. 28, p. 8, 2013.

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

SANTIAGO, I. E. Fanfictions e webnovelas: escrita digital de adolescentes brasileiros. **Educação Online**, n. 17, p. 95-111, 2014.

SHIRKY, C. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SIQUEIRA, M. **A desconstrução da fanfiction**. 2008. 131 f.. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2008.

SOUZA, M. C. J. et al. Entre novelas e romances: um estudo das fanfictions de telenovelas brasileiras (2010-2013). LOPES, M. I. V. (org.). **Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

SULLIVAN, Andrew. **The Revolution Will be Twittered**. 2009. Disponível em: <http://www.theatlantic.com/daily-dish/archive/2009/06/the-revolution-will-be-twittered/200478/>. Acesso em: 19 jun. 2016.

TOFFLER, A. **A terceira onda**. 16 ed. Rio de Janeiro: Record, 1980.

VARGAS, M. L. B. **O fenômeno fanfiction**: novas leituras e escrituras em meio eletrônico. Passo Fundo: Ed. da UPF, 2005.