

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO RIO GRANDE DO SUL
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM TEORIA E PRÁTICA NA FORMAÇÃO DO
LEITOR**

JULIANE VICENTE LOPES

**DA LITERATURA AO AUDIOVISUAL: AS PRÁTICAS DO FANDOM DE ONCE
UPON A TIME NA CULTURA DA CONVERGÊNCIA**

**PORTO ALEGRE
2019**

JULIANE VICENTE LOPES

**DA LITERATURA AO AUDIOVISUAL: AS PRÁTICAS DO FANDOM DE ONCE
UPON A TIME NA CULTURA DA CONVERGÊNCIA**

Trabalho de conclusão do curso de
Especialização em Teoria e Prática na
Formação do Leitor

Orientadora: Prof^ª Dra Fani A. Tesseler

**PORTO ALEGRE
2019**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

L864d **Lopes, Juliane Vicente.**

Da literatura ao audiovisual: as práticas do fandom de Once Upon a Time na cultura da convergência. – Porto Alegre, 2019.

38 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização) – Universidade Estadual do Rio Grande do Sul, Curso de Especialização em Teoria e Prática da Formação do Leitor, Unidade em Porto Alegre, 2019.

Orientação: Prof^a. Dr.^a Fani A. Tesseler.

1.Teoria da Recepção. 2.Cultura da convergência. 3.Seriados I.Tesseler, Fani A. II. Título.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à UERGS pela oportunidade de aprimorar meus conhecimentos na forma desta especialização, ter a oportunidade de estudar sobre o papel do leitor e sua formação é a realização de um desejo pessoal, agradeço aos funcionários e demais envolvidos como palestrantes e convidados que contribuíram para o sucesso desta turma. Tenho orgulho e honra de fazer parte desta iniciativa que continua a lutar pelo conhecimento mesmo diante de tempos sombrios que se aproximam.

Meus mais sinceros agradecimentos ao corpo docente do curso por toda trajetória desde 2017: das aulas animadas da Profa. Ana Carolina que nos motivou desde o início trazendo sensibilidade para a reflexão sobre o leitor; dos períodos de riquíssimos debates sobre a literatura durante as aulas da Profa. Dra. Ana Accorsi; da dedicação sem igual da Profa. Dra. Sita Mara Sant'Anna que trouxe contribuições necessárias sobre o papel da educação na formação do leitor demonstrando o quanto a afetividade é necessária para a efetiva construção do conhecimento; das reflexões inter, trans e multidisciplinares mobilizadas pela mediação incomparável e espirituosa da Profa. Dra. Valquiria Perode; da competência da Profa. Dra. Magali Menti que soube nos orientar e traçar soluções para quaisquer obstáculos que apareceram durante o curso além de atuar como a peça indispensável desta especialização pela seriedade e compromisso ao lidar com os cronogramas, disciplinas e aulas; do carinho da Profa. Dra. Luciane Sipperti, da disponibilidade da Profa. Dra. Veronice Camargo que em poucos encontros nos fez aprender em conjunto e refletir sobre nossos papéis na promoção da leitura, assim como a Profa. Dra. Gladis Falavigna que através de suas falas motivou a turma a se reconhecer como uma união de profissionais de diferentes áreas, que sobretudo são seres humanos com desejos e falhas. Agradeço especialmente à Profa. Dra Fani A. Tesseler pela qualidade insubstituível de suas aulas guiadas pela preocupação com a História, incitando nossa curiosidade e interesse. Além disso, só posso me sentir imensamente grata pela Profa. Dra. Fani Tesseler que aceitou meu convite de orientação, motivando-me a não desistir mesmo quando o processo se tornou difícil. Muito, muito, muito obrigada!

Agradeço à dança e à escrita por tornar este mundo um lugar mais bonito, o cerne de energia que me sustenta, assim especial lembrança ao Grupo Andanças que trilhou esta trajetória ao meu lado. Não poderia esquecer de mencionar minha ancestralidade, da eterna vó Luiza, que sempre está no meu coração, se hoje eu estou aqui trilhando caminhos que ela jamais teve acesso é porque minha base foi construída por ela. Nunca esquecerei de suas palavras e é com o seu conselho que eu encerro estes agradecimentos: Estude!

The only way to overcome fear is to face it.
Regina Mills

RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo investigar as práticas de fãs brasileiros do seriado norte-americano *Once upon a time* a partir de estudo de caso, ao analisar os posicionamentos dos mesmos em favor do cancelamento da série por meio da hashtag *#cancelouat*, a continuidade de produção dos fãs através da ficção nas plataformas de fanfic *Spirit Fanfiction* e *Wattpad*. Este trabalho tem como arcabouço teórico os estudos culturais com base na bibliografia de Canclini (1997) e os estudos de recepção de Jacks e Toaldo (2017), discutindo a cultura da convergência de Jenkins (2009) para tratar das práticas de fãs ao considerar a experiência online marcada pela interação, como uma prática comum de comunidades participativas conhecidas como *Fandom*. Desse modo, procura-se considerar no universo de fãs o ambiente virtual como um espaço de produção, colaboração e criação. Busca-se, por meio da metodologia qualitativa, com a observação dos ambientes virtuais, investigar como as práticas de participação se relacionam com as tecnologias do imaginário aqui exemplificadas pela Literatura e o campo Audiovisual. Assim, tal estudo parte da percepção das práticas enquanto processo de resistências, compartilhamento e produção de conteúdos e objetos de mídia, considerando o estudo de culturas de fãs um esforço interdisciplinar que tem como conclusão primária as práticas do *fandom* cada vez mais pautadas no ambiente digital e ressignificadas pela participação dos sujeitos na constituição das narrativas.

Palavras-chave: *Once upon a time*. Estudos de recepção. Estudos culturais. Fandom. Cultura da convergência.

ABSTRACT

This reaserch aims to investigate the north american series *Once Upon a Time* brazilian fans practices from a case study, up to analyse their positive positions about the serie cancellation through a hashtag *#cancelouat*, the production continuity of the fans since fiction at the *Spirit Fanfiction* e *Wattpad* platforms. This work has as a theoritic framework the cultural studies based on Canclini's (1997) bibliography and the reception studies from Jackins and Toaldo (2017), discussing the Jenkins convergency culture to deal with the fans practices, up to consider on line experience marked by interaction, *as a participative communities common practice known as Fandom*. This way, it is searched to consider the virtual environment at the fans universe as a production, colaboration and creation space. Throughout qualitative methodology, as well as a virtual environment observation it is aimed to investigate how the participation practices are related to imaginary tecnologies samples here as Literature and Audio visual field. So, the study comes from the practices perceptions while a resistance, sharing and contents production and objects process from mídia, considering the fans cultural studies a interdisciplinar effort which has as a primary conclusion the fandon practices more and more done at a digital environment and re-meaningly through the people participation at the narratives constitution.

Key words: *Once upon a time*. Reception studies. Cultural studies. Fandom. Convergency culture

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 ESTRATÉGIA TEÓRICO-METODOLÓGICA.....	11
3 ESTADO DA ARTE DA PESQUISA SOBRE O TEMA	13
4 DISCUSSÃO TEÓRICA.....	16
4.1 Dos Estudos Culturais aos Estudos de Recepção	16
4.2 O consumo cultural.....	17
4.3 A cultura da convergência	19
4.4 O fã	19
5 ESTUDO EMPÍRICO.....	21
5.1 Da literatura ao audiovisual: a série <i>Once upon a time</i>	21
5.2 <i>Once upon a time</i> e a cultura da convergência	22
5.3 O protagonismo dos <i>Oncers</i>	23
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	27
REFERÊNCIAS.....	29
ANEXOS	30
TABELAS	36

1 INTRODUÇÃO

As tecnologias da informação e comunicação tem transformado o cenário cultural contemporâneo. A partir do advento da internet, o ambiente digital tem sido utilizado como ferramenta de difusão cultural, afetando as práticas de consumo de artefatos culturais.

Observa-se o crescimento de estudos que tem como objetivo investigar as práticas de consumo de artefatos culturais e as consequentes relações dos sujeitos com estes produtos. O cenário de convergência mobilizado desenvolvimento de tecnologias tem proporcionado o surgimento de plataformas de disseminação e apropriação de conteúdos outrora restritos aos meios tradicionais de informação. Atividades rotineiras como a leitura de um livro tem sido ressignificadas nos espaços virtuais, com novas possibilidades de consumo cada vez mais pautadas na expansão dos modos de recepção.

O engajamento dos sujeitos com os artefatos culturais se caracteriza no fenômeno de agrupamentos de fãs conhecidos como *fandom* em que o interesse em comum por algum tipo de produto literário ou audiovisual, por exemplo, possibilita a construção de comunidades. O fã se caracteriza pelo sujeito aficionado por algum artefato cultural, podendo contribuir para a expansão e disseminação desse artefato, a exemplo das ficções feitas pelos fãs conhecidas como *fanfics*. O desenvolvimento de produções, oficiais ou feitas por fãs, que oriundos de um mesmo artefato cultural configura-se na criação de universos narrativos que transitam entre os meios. Os universos narrativos, caracterizados pelo trânsito de mídias são uma realidade da nova cultura digital hiperconectada, uma vez que, os espaços de compartilhamento de conteúdos possibilitam tanto o compartilhamento, como a produção de novos conteúdos. Ainda, os indivíduos ao formar comunidades constituem novos modos de ser e estar em relação ao que consomem, o que denota a pertinência desse tema de estudos ao considerar a interdisciplinaridade possível no ambiente virtual como ponto de partida epistemológico desta pesquisa. As lógicas espaço-temporais e os próprios formatos até então consolidados tem se tornado materiais que transitam entre os campos.

Neste trabalho, o objetivo geral é refletir sobre as práticas culturais dos grupos conhecidos como *fandom*, tendo como objetivos específicos: observar as práticas dos sujeitos a partir da observação do *fandom* da narrativa audiovisual *Once upon a time*; identificar os modos de atuação do *fandom*; compreender as práticas a partir dos fãs a partir das plataformas de *fanfic* e por fim analisar como essas práticas se relacionam ao embasamento teórico. Esta pesquisa se baseia no prisma da convergência cultural de

Jenkins (2009), considerando as contribuições de Canclini (2006) ao considerar o consumo como parte constituinte da vida social. Estes sujeitos aqui serão tratados como consumidores, sob o ponto de vista do Consumo Cultural ou receptores a partir do embasamento teórico dos Estudos de Recepção. A escolha destes conceitos baseia-se no argumento de que no primeiro aporte teórico os consumidores fazem uso de artefatos culturais e por meio dessa relação também se constituem enquanto agentes sociais, frisando que os artefatos culturais podem ser de diversas mídias distintas tais como livros, séries televisivas, programas de rádio. Enquanto, no segundo aporte teórico, a tradição epistemológica considera especialmente os processos de recepção em relação aos produtos midiáticos.

As duas tradições teóricas são acionadas na medida em que, em primeiro momento, ao tratar da narrativa audiovisual *Once upon a time* considera-se sua base essencialmente literária do imaginário coletivo dos contos de fadas, sendo assim adequado considerar as relações sob o ponto de vista do consumo cultural. Em um segundo momento, ao exemplificar o engajamento dos fãs no cancelamento da série em que estão implicados as lógicas de produção da indústria midiática, os Estudos de Recepção são acionados a fim de compreender a relação de assimilação, negociação e resistência mobilizada pelo produto midiático em questão. A partir disso, considera-se necessário unir as duas correntes teóricas a fim de compreender as práticas dos fãs ao produzir narrativas literárias que advém de um produto audiovisual, relacionando Literatura e Audiovisual neste processo.

O objeto deste estudo advém do interesse em analisar tais premissas por meio da observação de fenômenos em movimento, para tanto o viés qualitativo parte da observação das práticas dos fãs tanto no engajamento com a *hashtag* *#cancelouat*, como na continuidade de produção nas plataformas de produção e compartilhamento de conteúdo gerado por usuários (LOPES, 2002) no *Spirit Fanfiction* e *Wattpad*.

O estudo tem como hipóteses principais as práticas dos fãs cada vez mais presentes no ambiente virtual assim como os processos em que essas práticas se dão caracterizados pela resistência, assimilação e/ou apropriação de conteúdos.

No primeiro capítulo é apresentada a estratégia teórico-metodológica que envolve a descrição de como será feito o levantamento de estado da arte das pesquisas sobre o *fandom* de 2015 a 2018 e o estudo empírico envolvendo os fãs da série televisiva *Once upon a time* e suas práticas presentes no ambiente virtual.

Já no segundo capítulo é exposto o levantamento de estado da arte baseado em 51 artigos de publicações brasileiras sobre o *fandom*. O terceiro capítulo corresponde ao

embasamento teórico que orienta este trabalho a partir dos Estudos Culturais e os Estudos de Recepção. O quarto capítulo diz respeito ao estudo empírico feito a partir da observação das plataformas de compartilhamento de conteúdos e do fenômeno de apropriação, assimilação e resistências envolvido no processo de engajamento dos fãs da narrativa audiovisual *Once upon a time* em diálogo com sua origem literária. O quinto capítulo apresenta as considerações finais que encerram este trabalho, com vistas à produções futuras.

Portanto, esta pesquisa volta-se para o cenário de mudanças sociotecnológicas que repercutem na experiência do que se tem constituído como consumo cultural, com a intenção de contribuir para os estudos da área de Literatura e Audiovisual.

2 ESTRATÉGIA TEÓRICO-METODOLÓGICA

Este trabalho tem como premissa a pesquisa qualitativa, que de acordo com Neves (1996) “supõe um corte temporal-espacial de determinado fenômeno por parte do pesquisador” pois “em certa medida, a pesquisa qualitativa se assemelha a procedimentos de interpretação dos fenômenos que utilizamos no nosso dia-a-dia.” (NEVES, 1996, p.2).

Para o desenvolvimento dessa pesquisa, a presente investigação possui viés exploratório se utilizando de procedimentos metodológicos como a observação a fim de observar os ambientes e visualizar os modos de participação das comunidades em rede.

A escolha do *Twitter* se concentra em seu uso como mídia complementar às narrativas audiovisuais, uma plataforma virtual de conversação em rede. A utilização do *Twitter* para produzir e disseminar conteúdos, assim como a possibilidade de amplo alcance e visibilidade de temáticas e opiniões de modo público, por meio de *hashtags* destaca sua capacidade de reunir usuários que compartilham e exprimem impressões e posicionamentos de repercussão a nível global.

Desse modo, em um primeiro momento a observação se deu a partir dos posicionamentos fãs que participaram da *hashtag #cancelouat* na tentativa de apreender as relações construídas nas comunidades *onlines* com a narrativa audiovisual *Once upon a time*, levando em conta sua tradição na literatura ao ressignificar os contos de fadas, após a observação baseou-se nas plataformas virtuais de compartilhamento de produções narrativas feitas por fãs, as *fanfics*. Esta análise complementar de 2 plataformas de *fanfics* corresponde ao objetivo de compreender as relações construídas pelos fãs em um processo dinâmico que envolve a produção e a recepção, com especial atenção no trânsito entre a Literatura e o Audiovisual.

2.1 Procedimento do estado da arte

Com a finalidade de mapear as produções científicas que tem como objeto de estudos os *fandoms*, a presente pesquisa recorre à elaboração de estado arte, procedimento que se caracteriza por “descrever o que se chama ‘estado do conhecimento’ do problema, o que pressupõe a realização de uma *pesquisa bibliográfica* específica” (LOPES,2010,p.139) e tem como objetivo “situar o problema em relação às pesquisas existentes, mesmo de orientações teóricas diferentes” (LOPES,2010,p.139).

O interesse dos trabalhos baseia-se na seleção de pesquisas que abordem o *fandom* nos ambientes virtuais. A busca de artigos se deu a partir da pesquisa na ferramenta *Ominis* da Biblioteca da PUCRS e no *Google Acadêmico* no período de junho de 2018 a agosto de 2018. A primeira filtragem de artigos baseou-se em dois critérios primários, artigos revisados por pares e que de alguma forma se propuseram a tratar deste tema no Brasil no período de 2015 a 2018. O critério de delimitação das palavras-chaves para encontrar estes artigos parte do universo conceitual dos *fandom*: “*fandom*”, “cultura de fãs”, “estudos de fãs” e “*fanfiction*”. A partir dessa delimitação das palavras-chaves foram selecionados 51 artigos, separados pelos anos de 2015 (9 artigos), 2016 (22 artigos), 2017 (16 artigos) e 2018 (4 artigos) com o objetivo de compreender o cenário de pesquisas sobre este tema.

2.2 Estudo empírico

O estudo empírico baseia-se na observação de fenômenos, especificamente na reação dos fãs diante da saída de 6 protagonistas da série, com a observação dos posicionamentos observados na plataforma de compartilhamento *Twitter*, além das produções geradas pelos fãs nas plataformas de *fanfic* como o *Spirit Fanfiction* e o *Wattpad*.

A observação no *Twitter* se deu a partir da busca da *hashtag* #cancelouat, além do apoio de material jornalística online datado de maio de 2017 a fevereiro de 2018. A coleta de dados nas plataformas *Spirit Fanfiction* e *Wattpad* se deu a partir da busca de palavra-chave “once upon a time”, com a observação dos resultados e análise das categorias. Esta fase de observação data do período de junho de 2018 a setembro de 2018.

3 ESTADO DA ARTE DA PESQUISA SOBRE O TEMA

A construção deste estado da arte corresponde à pesquisa bibliográfica específica de artigos que versem sobre o *fandom* no ambiente virtual, a partir deste recorte, fase explicitada na seção de procedimentos metodológicos, finalizou-se o total de 51 artigos.

Primeiramente, foram encontradas sete áreas de concentração, a partir da descrição dos periódicos de publicação dos artigos, são elas: Comunicação (38), Letras (5), Administração (2), Educação (2), Ciências da Informação (1), Psicologia (1) e Interdisciplinar (1). O panorama diversificado das áreas aponta para a interdisciplinaridade presente no estudo do *fandom*. No que diz respeito às abordagens (TABELA 1), há a predominância de 30 artigos que não explicitam tal informação no texto, seguidos por 13 trabalhos de abordagem quantitativa e 7 trabalhos qualitativos e quantitativos. A ausência da explicitação da abordagem dos trabalhos remete ao que se vem discutindo com relação a cientificidade das áreas de ciências humanas e sociais, a urgência do amadurecimento metodológico necessário não somente para o tema em questão, mas no exercício de pesquisa.

Com relação aos procedimentos metodológicos (TABELA 2), observa-se a variedade de técnicas, destacando-se as análises de cunho bibliográfico (15) e o uso da técnica de netnografia (14), assim como na análise das abordagens, observou-se que nem sempre a escolha de procedimentos é descrita ou explicitada reafirmando a necessidade de adequação à práxis científica do cenário de pesquisas. Dentre os procedimentos metodológicos é essencial ressaltar o destaque à netnografia em segundo lugar, após a análise bibliográfica, constatando a inserção do ambiente virtual como ambiência permissível de análise de dados e pesquisas.

Quanto aos objetos de estudo, há pluralidade no tipo de *fandom* pesquisado (TABELA 3), destacando-se os artigos que discorrem sobre as séries de televisão (14), produção de fãs, como fanfics e outros (8) e narrativas que utilizavam recursos transmídia (6). É oportuno pontuar a predominância das séries de TV, em diálogo com o objeto da presente pesquisa, cada vez mais presentes no cotidiano dos sujeitos e o interesse pelas produções de fãs e narrativas transmídia apontando para o cenário de pesquisas atento às mudanças da espetatorialidade brasileira, na medida em que, tem acompanhado as mudanças no campo, a incluir o ambiente virtual como pano de fundo que expandiu as práticas dos sujeitos.

Dentre as 129 palavras-chave encontradas (TABELA 4), houve maior ocorrência das seguintes: *Fandom* (12), Fãs (11), *Fanfiction* (6), Cultura participativa (5), Cultura pop (5) e Cultura digital (4). E a partir desta coleta que pode-se visualizar o vasto espectro de interesses por parte dos pesquisadores brasileiros, possibilitando a confirmação, como será discutido na fundamentação teórica de que o *fandom* se manifesta em áreas, mídias e comunidades diversas. E é por meio dessa pluralidade que a cultura de fãs se mantém associada a diferentes aspectos da vida social, sejam eles culturais, econômicos e até políticos, frisando a pertinência de estudos contínuos sobre seu funcionamento, práticas e produções.

É oportuno ressaltar que dentre as palavras-chaves algumas se repetem em sinônimos como “redes sociais digitais” e “sites de redes sociais”, ou ainda, “transmídia” e “narrativas transmídia”, assim é importante considerar que devido às nuances nas escolhas dos temas, uma padronização de termos, como ocorre em áreas como a Psicologia contribuiria na divulgação científica ao promover um vocabulário compartilhado pelas pesquisas no Brasil.

Com este movimento metodológico foi possível observar uma dificuldade que afeta os estudos de *fandom*, uma vez que, não há a informação sobre a práxis científica na maioria dos trabalhos, impossibilitando o enquadramento teórico-metodológico das pesquisas envolvidas que são informações básicas e essenciais para a leitura dos trabalhos e mapeamento do que se tem estudado sobre o assunto. Ainda que a cultura de fãs seja uma temática de estudos vasta e abrange uma variedade múltipla de temas, produções e práticas, com as quais uma padronização de metodologias e abordagens pudesse ser de difícil delimitação, acredita-se que ao menos a explicitação do processo de desenvolvimento da pesquisa deva constar no texto, de modo que não haja dúvida para os leitores sobre o tratamento dos dados pelos pesquisadores e a seriedade de seus estudos.

Com relação às temáticas presentes, é importante frisar o uso do conceito de universos narrativos, presentes nas pesquisas em questão, como o alargamento conceitual da pesquisa de artefatos culturais, considerando a constituição de produtos pautados pela disseminação e distribuição em diferentes mídias.

É oportuno ressaltar as interações construídas no ciberespaço como um *locus* relevante de análise das produções científicas sobre o *fandom*, considerando as interpretações e a construção de identidade como temáticas recorrentes no campo. Visualiza-se o interesse de pesquisa do corpus selecionado em considerar a conexão dos receptores com os produtos midiáticos atravessada por valores sentimentais que marcam

sua conexão na forma de produções como as *fanfics*. A espetatorialidade adquire novo status ao permitir a participação do público na constituição dos seus produtos. Tal ocorrência remete ao alargamento dos conceitos de produção e consumo, em que gêneros e formatos não se fixam a meios específicos e que os indivíduos são capazes de influenciar e sofrer influências das produções. A relação dos fãs se constrói nos consumidores ávidos por participar das obras que cultuam, tal como dar prosseguimento à sua existência através de ações individuais e coletivas. Essa característica reforça as relações de recepção como um processo em constante movimento de assimilações, resistências e produções.

Este levantamento de estado da arte contribuiu para o presente trabalho ao tornar possível compreender as pesquisas recentes sobre o *fandom* no Brasil, especialmente sobre as temáticas de interesse e a prática epistemológica dos pesquisadores.

O objetivo desta investigação ao construir o estado da arte foi mapear os caminhos teóricos e metodológicos aplicados pelos pesquisadores, as tendências contemporâneas dos estudos de *fandom* no Brasil. Ao passo que, os desafios de uma pesquisa dessa natureza é também refletir sobre possíveis avanços e discussões que se fazem relevantes nos estudos sobre o *fandom*, atenta a sua interdisciplinaridade. Acredita-se que uma pesquisa dessa natureza é necessária, já que a cultura de convergência e de conexão, colaborativa e online, é uma realidade com grande impacto social, cultural, artístico e econômico.

4 DISCUSSÃO TEÓRICA

A fim de analisar a cultura de fãs e suas práticas é fundamental compreender os processos sociais nos quais estas relações se concretizam. Portanto, através do embasamento teórico será possível refletir sobre as questões pertinentes ao tema, com a pesquisa de referências teóricas na área de estudos culturais e estudos de recepção, como constructo teórico encontrado no levantamento de estado de arte e aqui associado na tentativa de compreender de que forma estes estudos contribuem para o entendimento da cultura de fãs.

4.1 Dos Estudos Culturais aos Estudos de Recepção

A pertinência dos Estudos Culturais nesta pesquisa parte da pluralidade de áreas envolvidas nas pesquisas sobre a cultura de fãs, o que denota sua interdisciplinaridade. Tal aspecto dialoga com o objetivo inicial dos Estudos Culturais britânicos que de acordo com Barker e Beezer (1994, p.12) era um “projeto de pensar as implicações da extensão do termo ‘cultura’ para que incluía atividades e significados das pessoas comuns, esses coletivos excluídos da participação na cultura quando é a definição elitista que a governa”. Esta característica inicial dos Estudos Culturais Britânicos dialoga com a inclusão do interesse de pesquisa nas práticas que envolvam coletivos até então marginalizados, em perspectiva que considera a Cultura um conjunto de formações instáveis e descentralizadas, conforme Costa, Silveira e Sommers (2003).

Ainda o teórico Stuart Hall discorre sobre o surgimento dos Estudos Culturais como um projeto político de oposição tratando da representação e identidade cultural, enquanto Nelson, Treichler e Gossberg (1995, p.9) afirmam que os Estudos Culturais se aproveitam dos muitos campos principais de teoria das últimas décadas, desde o marxismo e o feminismo até a psicanálise, o pós estruturalismo e o pós-modernismo”. A partir dessa contextualização é possível concluir que os Estudos Culturais desde seu surgimento tem interesse nas manifestações populares, de modo que coopera no entendimento de cultura que não se distingue em hierarquias demarcadas historicamente como “alta” ou “baixa” cultura, postulando-se como uma não disciplina que visa considerar em seus estudos as diversas formas de produção e recepção da cultura.

Assim, é possível compreender a escolha dos Estudos Culturais como aporte teórico dos pesquisadores da cultura de fãs, justamente porque esta base de investigação

considera os sujeitos e seus contextos considerando os processos de produção, recepção e mediação envolvidos no processo.

Os Estudos de Recepção também são acionadas em inúmeras pesquisas para tratar do *fandom*, assim é necessário de antemão estabelecê-la como um arcabouço teórico da comunicação, com origem nos Estudos Culturais, que considera as relações mediadas pelos meios de comunicação atenta à produção de sentidos dos receptores. Para além das mensagens e seus conteúdos ou dos efeitos gerados nos receptores, interessa considerar as ações dos indivíduos com os meios. Para tal, a vinculação das práticas simbólicas, estruturadas a partir de grupos sociais e seus contextos, é necessária, tal como o entendimento das práticas sociais e culturais que contextualizam a relação de produtores e receptores. Entender seus contextos significa visualizar um panorama que considera suportes, veículos, mensagens e receptores como agentes que se afetam mutuamente.

Nesta pesquisa, o receptor se configura nos indivíduos ativos que se utilizam dos meios e veículos, estabelecendo ligações que se aproximam de Canclini (2006) ao considerar o consumo cultural como a esfera de processos socioculturais nas quais se operam os usos e apropriações dos produtos. Considerar o valor simbólico, sublinhando a complexidade dos sentidos, constitui o fenômeno contemporâneo do consumo, concebido pelos avanços tecnológicos que ressignificam a forma de ofertar produtos, revisando seus formatos e permitindo transformações no campo da produção.

4.2 O consumo cultural

Para tratarmos da relação dos sujeitos com a narrativa audiovisual *Once upon a time*, exploraremos o aspecto do consumo midiático audiovisual, baseando-nos nos Estudos Culturais. Para tanto, será discutido o fenômeno do consumo, com base no pensamento de Néstor García Canclini (2006), que entende o consumo de um ponto de vista sociocultural.

O consumo pode ser entendido de diversas maneiras, por um viés econômico, por exemplo, a ideia de “comercialização de bens” é a mais imediata, mas também são associados a esse fenômeno concepções como a de “consumismo” ou ainda, “sociedade do consumo”. Porém, na perspectiva de Canclini (2006) o consumo denota relações que vão além dessas noções, “consumir passa a gerar um novo significado para questões de pertencimento, institui formas de comunicação e sociabilidade quando o olhar lançado sobre o consumo segue o viés analítico de García Canclini e sua teoria sociocultural do

consumo” (SCHIMITZ, 2013). Assim, ele busca superar as perspectivas que denominam o consumo de um viés exclusivamente econômico ou psicológico, propondo que se abranja a pluralidade e a interdisciplinaridade na compreensão de tal ideia.

Canclini, ao discorrer sobre o consumo, critica duas concepções que estão fortemente relacionadas à forma como é tratado o fenômeno: a naturalista das necessidades, na qual ele faz uma objeção, questionando a existência de necessidades naturais ou universais; e a instrumentalista dos bens, em que o autor defende não haver uma correspondência mecânica entre necessidades e objetos, ou seja, para ele os bens não são produzidos exclusivamente pelo seu valor de uso. Dessa forma, Canclini coloca o seu ponto de vista, assumindo que o consumo envolve relações mais complexas. Para o autor o consumo ocorre através de um “conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriações e usos dos produtos” (CANCLINI, 2006, p. 80).

Para compreender o consumo, segundo Canclini (2006), é necessário que se ultrapasse as concepções naturalista e instrumentalista, e que, ao invés disso, se abarque a pluralidade de perspectivas e as práticas socioculturais, sem que se perca a racionalidade econômica. Para dar conta das diferentes dimensões do consumo, Canclini apresenta seis teorias, que estão ancoradas na proposta de pensar o consumo de uma forma plural,

“1) o consumo é o lugar de reprodução da força de trabalho e de expansão do capital; 2) o consumo é o lugar onde as classes e os grupos competem pela apropriação do produto social; 3) o consumo como lugar de diferenciação social e distinção simbólica entre os grupos; 4) o consumo como sistema de integração e comunicação; 5) o consumo como cenários de objetivação dos desejos; 6) o consumo como processo ritual” (CANCLINI, 2006)

Para Canclini (2006), todo o consumo é cultural, na medida em que sempre haverá uma dimensão simbólica no ato de consumir. Sendo assim, o consumo cultural é algo muito complexo, que envolve não apenas o uso, mas o mercado, os costumes, as simbologias, a identidade, os desejos, etc. É a ideia na qual o valor simbólico se sobressai a concepção instrumentalista do valor de uso ou ainda, segundo Canclini (1993), é onde o valor de uso ou de troca encontra-se suplementar ao campo do simbólico. Ainda segundo Canclini,

é possível definir a particularidade do consumo cultural como o conjunto de processos de apropriação e usos de produtos nos quais o valor simbólico prevalece sobre os valores de uso e de troca, ou onde ao menos estes últimos se configuram subordinados a dimensão simbólica (CANCLINI, 2006, p. 90)

4.3 A cultura da convergência

A participação do público, não é uma atividade nova, mas tem se potencializado com o ambiente digital, a exemplo das comunidades nas redes sociais digitais que mobilizam os usuários a se apropriarem dos conteúdos que consomem de forma cada vez mais ativa. A perspectiva da cultura da convergência se baseia em três pilares que aqui serão acionados para pensar a narrativa audiovisual *Once upon a time*: a convergência tecnológica dos meios de comunicação, a cultura participativa e a inteligência coletiva.

4.4 O fã

Para tratar da recepção do *fandom*, é necessário de antemão estabelecê-la como uma relação mediada pelos meios de comunicação, atenta à produção de sentidos dos receptores, especialmente o que diz respeito às ações dos indivíduos com os meios, através da vinculação das práticas simbólicas, estruturadas a partir de grupos sociais e seus contextos, entendidos como um panorama que considera suportes, veículos, mensagens e receptores como agentes que se afetam mutuamente.

Nesta pesquisa, o receptor se configura nos indivíduos ativos que se utilizam dos meios e veículos de comunicação, estabelecendo ligações que se aproximam da noção de Canclini (1997) ao considerar o consumo cultural como a esfera de processos socioculturais nas quais se operam os usos e apropriações dos produtos. Considerar o valor simbólico, sublinhando a complexidade do sentidos, constitui o fenômeno contemporâneo do consumo, concebido pelos avanços tecnológicos que ressignificam a forma de ofertas e formatos, permitindo transformações no campo da produção. É importante ressaltar as interações construídas no ciberespaço como um lócus relevante de análise das produções científicas sobre o *fandom*.

Fandom é um conceito de difícil definição, justamente por abranger tantas manifestações diferentes: de convenções a produções literária, de ilustrações a fóruns de discussão online; de comunidades que discutem a narrativa de séries, filmes e livros a aspectos da moda. Dessa maneira, escolheu-se a definição de *fandom* simplesmente como o termo que define as culturas que crescem ao redor de uma apreciação coletiva de aspectos da cultura popular, como livros, filmes, programas de TV e outros. O *fandom* é parte da cultura participativa (Grinnell, 2018).

A conexão dos receptores com os produtos midiáticos atravessada por valores sentimentais marcam produções como as *fanfics*. A espectadorialidade adquire novo status

ao permitir a participação do público na constituição dos seus produtos. Tal ocorrência remete ao alargamento dos conceitos de produção e consumo, em que gêneros e formatos não se fixam a meios específicos e que os indivíduos são capazes de influenciar as produções midiáticas. A relação dos fãs se constrói nos consumidores ávidos por participar das obras que cultuam, tal como dar prosseguimento à sua existência através de criações próprias, individuais ou coletivas. Essa característica reforça as relações de recepção como um processo em constante movimento de assimilações, resistências e produções.

O presente estudo, detalhado na seção seguinte, partiu das bases teóricas discutidas acima, para então propor uma investigação sobre as práticas do fandom de *Once upon a time* a partir das contribuições das pesquisas acadêmicas recentes no Brasil.

5 ESTUDO EMPÍRICO

5.1 Da literatura ao audiovisual: a série *Once upon a time*

A série televisiva *Once upon a time* foi lançada em 2011 pela ABC (*American Broadcasting Company*). No Brasil, a primeira temporada foi transmitida em 2014 pela RecordTV e atualmente está na grade de programação do canal Sony. *Once upon a time* dá início à sua narrativa a partir do final feliz de Branca de Neve e o Príncipe Encantado, com referências à inúmeros personagens da tradição dos contos de fadas como A bela adormecida, Chapeuzinho Vermelho, Rapunzel.

A narrativa é ambientada na cidade fictícia de *Storybrooke* - versão do mundo real para onde os personagens dos contos de fadas clássicos foram transportados por uma maldição da Rainha Má do conto Branca de Neve e os sete anões. Com o intuito de acabar com os finais felizes dos contos de fadas, a Rainha Má lança uma maldição que apaga as memórias dos personagens que são transportados para o século XXI com identidades diferentes de sua vida na Floresta Encantada do mundo dos contos de fadas.

No desenvolvimento da narrativa são reveladas, através de *flashbacks*, as verdadeiras histórias por trás dos contos de fadas, com novas perspectivas e pontos de vista. Uma das características mais marcantes do seriado diz respeito aos personagens cinzas, que se distanciam do modelo dualista de conflito entre bem e mal, heróis e vilões, presentes na literatura dos contos de fadas, com especial protagonismo de personagens femininas. Tais características contribuem para a construção de uma narrativa complexa que além de ressignificar o imaginário dos contos, inclui em seu universo narrativo personagens do imaginário audiovisual contemporâneo a exemplo da Elsa de *Frozen* e Mulan, do filme *Mulan*. Desde seu lançamento inúmeras páginas oficiais e criadas por fãs surgiram em plataformas como o *Facebook* e o *Twitter*. Estes ambientes virtuais de compartilhamento de conteúdo e produção de objetos de mídia como *fanarts* e *fanfics* tornou possível a interação entre os receptores, agrupados em comunidades voltadas aos aficionados pela série.

Em maio de 2017, foi feito o anúncio da saída da atriz Jennifer Morrison que atuava como Emma Swann, protagonista da série. A partir deste anúncio e da consequente saída de outros cinco atores do elenco principal, os fãs da série manifestaram seu descontentamento através da *hashtag* *#cancelouat* que pedia o cancelamento da série. Na época, o assunto alcançou os *trending topics* do *Twitter* e a reação dos fãs diante do episódio foi comentada e propagada em blogs, sites, páginas do *Facebook*, *Twitter* e

Instagram. Em fevereiro de 2018 a série foi cancelada, anunciou-se que a sétima seria a última temporada - que obteve menor audiência em comparação ao histórico das temporadas anteriores.

5.2 *Once upon a time* e a cultura da convergência

No que diz respeito aos pilares da convergência, o primeiro pilar corresponde à convergência midiática como o processo cultural de construção da informação em que as mídias tradicionais são ressignificadas pelo surgimento das mídias digitais; cenário no qual qualquer indivíduo, versado minimamente nas gramáticas de funcionamento do ambiente virtual, pode se apropriar, compartilhar e produzir conteúdos. Este fenômeno baseia-se no argumento de que as principais mídias estão convergindo para a internet e esse processo é o resultado de uma necessidade social intrinsecamente associada ao fluxo de conteúdos e portanto não apenas é tecnológica, mas cultural.

No que concerne ao primeiro pilar, podemos relacionar a narrativa audiovisual *Once upon a time* como um produto atravessado pela transmidialidade, posto que sua historicidade perpassa o campo da literatura, ao ser adaptada para a televisão no percurso de transição, assimilação e reinvenção entre as mídias. O uso de múltiplos canais de mídia a fim de expandir universos narrativos e promover a participação do público em questão. Para o autor, a transmidialidade é

[...] uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento. (JENKINS, 2009,p.47)

Uma mesma narrativa pode optar por expandir-se para franquias, livros, séries, quadrinhos, jogo em que cada mídia atua como um ponto de acesso a um mesmo universo narrativo. Este fenômeno pode ser observado em *Once upon a time* na tradição que tem origem na literatura dos contos de fadas, apresentando produtos extranarrativos que promovem e retroalimentam o universo narrativo da série.

O segundo pilar refere-se à cultura participativa como a forma ativa que a sociedade tem produzido e disseminado informações, distanciando-se da condição de recepção passiva. O ciberespaço é pontuado como a ambiência que propiciou a emergência de modificações dos processos comunicacionais, em que os papéis de produção e consumo tem se alterado significativamente. Esse ecossistema, por conseguinte, gerou um novo modo de construção e participação coletiva na criação de conteúdos, estabelecendo o que

se caracteriza como cibercultura, a rede de conexões repleta de comunidades que tem o poder de se constituir como instrumento de mobilização política, social e cultural.

Dentre os exemplos mais comuns da reconfiguração do papel dos consumidores com relação aos produtos midiáticos audiovisuais ressalta-se a criação de conteúdos extranarrativos. Um exemplo relevante com relação à série é a formação de comunidades com interesses em comum nas redes sociais digitais, em grupos nas redes sociais, com o objetivo de compartilhar opiniões, críticas acerca da narrativa, além da criação de teorias, propostas de desafios, produção de *fanvids* e *fanfics*. Essas apropriações afetam os setores produtivos da indústria cultural, que no caso da *ABC*, optou por uma postura cooperativista ao tratar os espectadores como colaboradores, cancelando a série em diálogo com o posicionamento dos fãs, atitude que promove a empresa e atende ao desejo de participação.

Por fim, a inteligência coletiva é o que resulta da cultura de participação, a proposta de Jenkins (2009) tem como base o conceito homônimo de Levy (1998) que a define como “uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências.” (LEVY, 1998, p.28). Esse termo corresponde ao conhecimento adquirido coletivamente, cujo objetivo é justamente a troca de informações observada nos ambientes em que esse conhecimento é enriquecido como competência coletiva.

A circulação desse conhecimento, na atual convergência das mídias, se direciona em múltiplos modos de acesso em diferentes mídias, estimulando a partilha de uma criação compartilhada marcada pela colaboração. É o caso das comunidades criadas nas redes sociais digitais, na construção de uma cultura que converge entre as mídias impulsionando a interação social dos receptores.

5.3 O protagonismo dos *Oncers*

A arte de narrar remonta à ancestralidade do ser humano em contar histórias, desde os mitos contados ao pé da fogueira, lendas e contos de fadas perpetuados até os dias atuais. O presente trabalho tem como objetivo investigar as práticas de fãs brasileiros da narrativa audiovisual *Once upon a time* a partir de análise do engajamento da *hashtag* *#cancelouat* e análise das plataformas *Spirit Fanfiction* e *Wattpad*. Tal pesquisa aloca-se na perspectiva dos Estudos de Recepção ao considerar a experiência virtual marcada pela interação como uma prática de comunidades online.

A cultura participativa define o espaço cultural marcado pelo engajamento possibilitado pelos espaços virtuais. As práticas de compartilhamento, resistência e produção reforçam o desenvolvimento de uma conexão online atravessada por produtos transmidiáticos. Parte-se do seguinte pressuposto, observada no levantamento de estado da arte: as contribuições dos membros das comunidades são relevantes e criam conexões sociais entre os participantes que podem ser consideradas como recorte epistemológico da cultura da convergência.

Com relação aos modos de existência dos *fandoms*, de acordo com Jenkins (2009) são divididos em: afirmacional, que se caracteriza pela defesa do cânone e o transformacional, que se orienta pela lógica de criação a partir dos objetos de adoração. Estes modos de existência dialogam com os estudos de recepção na medida em que visualizam a atividade dos sujeitos em processos que podem se caracterizar por distintos comportamentos como a assimilação em sinônimo da defesa do cânone, a resistência na criação a partir dos objetos de adoração e a negociação como o entremeio que permite a permanência de elementos da produção original acompanhada de elementos produzidos pelos fãs.

Durante os meses em que a *hashtag* *#cancelouat* esteve nos *trending topics* do *Twitter*, foi possível visualizar tais características baseando-se nos comentários dos usuários da plataforma, haviam aqueles que pediam o cancelamento da série por motivos como a série ter mudado ao longo das temporadas, outros que se posicionavam contra o cancelamento da série e aqueles que desejavam que a série fizesse uma temporada final para que a história tivesse um fechamento à altura das temporadas anteriores, mesmo que a participação dos atores protagonistas não estivesse garantida. A ABC pareceu ter encontrado um meio termo para finalizar a questão, anunciando a sétima e última temporada, com o desfecho dos personagens, este anúncio ampliou as discussões sobre o tema, inclusive com o debate sobre o ‘poder’ do receptor na decisão da continuidade ou não de programas.

O boicote tem sido visualizado como uma das formas de ativismo dos receptores que se aplica ao tema em questão, embora não se possa assumir que o cancelamento tenha relação direta com o desejo dos fãs ou se os produtores conduziram o episódio mas já tinham a intenção de finalizar a série, o que é importante destacar deste fenômeno é justamente o sentimento de participação dos fãs com os objetos de adoração e como eles podem ter sido usados a favor da continuidade do consumo.

Ainda que a série tenha sido finalizada oficialmente em maio de 2018, produtos oficiais como HQ's, kits de maquiagem e atrações no parque Disney foram anunciados. Nos ambientes virtuais do *fandom* de *Once upon a time* a produção continuou ativa. No *Spirit Fanfiction* (ANEXO 1) há 9.338 histórias sobre a série, enquanto no *Wattpad* (ANEXO 2) há cerca de mais de 1.100 histórias sobre a série. Tanto o *Spirit Fanfiction* quanto o *Wattpad* são plataformas que permitem aos fãs publicar histórias que sejam oriundas de livros, séries, filmes, programas de TV.

Há nas duas plataformas narrativas finalizadas, inacabadas e em andamento, sendo a plataforma *Spirit Fanfiction* especialmente utilizada neste trabalho por possuir mais funcionalidades quanto à categorização e filtragem das histórias.

O *Spirit Fanfiction* permite ao usuário escolher uma história que tenha especificamente um gênero (ANEXO 3) dentro do universo do *fandom* escolhido. Destaca-se também o interesse dos usuários na página voltada para *fanfics* de *Once upon a time* com relação aos personagens (ANEXO 4), uma vez que a personagem Regina Mills lidera dentre as mais procuradas, o que denota a predileção pelos vilões.

Dentre os cinco primeiros da lista, três podem ser considerados como vilões de acordo com suas histórias primárias de origem literária. Regina Mills é a Rainha Malvada da série baseada na mesma personagem do conto “Branca de Neve e os sete anões” (GRIMM, 1817); o Capitão Killian Jones advém do Capitão Gancho da peça de teatro “Peter e Wendy” (BARRIE, 1911) e a Zelena é a Bruxa Má do Oeste de “O maravilhoso feiticeiro de Oz” (BAUM, 1900). Vale ressaltar que a proposta da série trabalha justamente com a complexidade dos personagens, relativizando as fronteiras entre o bem e o mal na medida em que humaniza os personagens, o que oportuniza a preferência pelos vilões, mais próximos de uma representação fidedigna.

De mesmo modo, interessa a esta pesquisa os *crossovers* (ANEXO 5), que se caracterizam pela interação entre personagens de universos narrativos distintos. Dentre as maiores ocorrências há a predileção por histórias que tratam dos atores do núcleo principal do seriado, com destaque novamente para a Rainha Malvada. Além disso outras séries televisivas entram na lista, sejam elas séries de universos fantásticos como *Supernatural* e *The Vampire Diaries*, como séries que retratam histórias da vida cotidiana sem elementos fantásticos como *Grey's Anatomy* e *Pretty Little Liars*. A transposição de universos narrativos que não necessariamente dialogam entre si é um fenômeno presente na produção de fãs que ao escrever suas histórias optam por agregar diferentes produções das quais são fãs.

Por fim, as *tags* (ANEXO 6) que são as etiquetas de classificação dos termos mais procurados nessas histórias é um dos elementos mais interessantes para pensar a relação de produção de sentidos dos fãs a partir do consumo do seriado. A *tag Swanqueen* lidera a lista, esta etiqueta representa o *ship* (casal) mais aclamado entre os fãs da série: a Rainha Má e Emma Swann, a protagonista. Tal ocorrência surpreende justamente porque as duas personagens nunca foram um casal na série, embora estivessem presentes no imaginário dos fãs. Advém deste tipo de fenômeno a visualização das possíveis releituras que um mesmo artefato cultural pode mobilizar e a potencialidade de produção que esse tipo de plataforma proporciona ao permitir o entrecruzamento de universos narrativos de distintas mídias e a criação de novas histórias com temáticas que não tem origem necessariamente da história adaptada.

Portanto, sob a lente de algumas das teorias sobre o consumo colocadas por Canclini (2006), já citadas no desenvolvimento teórico deste trabalho, podemos observar como as práticas de consumo que envolvem *Once upon a time* são potentes para pensar a dinâmica desse processo. Ao pensar o consumo como lugar onde as classes e os grupos competem pela apropriação do produto social, Canclini coloca o consumo como algo não estanque, levando em conta as dinâmicas que se estabelecem a partir dele, conforme o autor “ao invés de ver o consumo como uma forma de imposições verticais, passamos a considerá-lo um cenário de disputas pelo que a sociedade produz e pelas maneiras de usá-lo.” (CANCLINI, 2006, p. 82). E é essa dinâmica que podemos observar com as comunidades que se formaram a partir da produção e suas relações com a literatura dos contos de fadas. E mais uma vez, conforme foi apresentado nos eixos de análise relacionados a cultura da convergência, tanto a cultura participativa quanto a inteligência coletiva em *Once upon a time* dão coesão a esse sistema de integração e comunicação.

Ademais, ao identificar o consumo como processo ritual, Canclini (2006) dá atenção aos aspectos de ritos que fazem parte do consumo, de forma a explorar modos de operação que fazem com que fluxo cotidiano aconteça.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, pretendeu-se explorar as questões que envolvem tanto a narrativa audiovisual *Once upon a time* quanto sua raiz literária, com o intuito de analisar os processos de convergência cultural intrarelacionados nas práticas dos receptores. Isso foi feito a partir de uma explanação sobre a narrativa, em que é possível observar o fenômeno do consumo, abrangendo as especificidades deste objeto que dialoga com as áreas de audiovisual e literatura.

Na análise, ao demonstrar como a cultura da convergência está presente nos desdobramentos da relação da série com o público, foi possível identificar os três eixos que embasam a cultura da convergência e que também estão implicados nas dinâmicas de consumo do filme, são eles: convergência midiática, cultura participativa e inteligência coletiva. Nesta abordagem, pode-se verificar como a experiência de consumo cultural vem ganhando uma configuração imbricada pelo ambiente virtual, principalmente no que tange os processos de produção e recepção, que encontram-se cada vez mais entrelaçados.

Diante dos movimentos protagonizados pelos *Oncers* (nomenclatura utilizada pelas comunidades de fãs de *Once upon a time*), esta pesquisa empenhou-se em analisar a relação dos fãs brasileiros e suas práticas como produtoras de sentido, tendo a intenção de identificar como a cultura de participação se estrutura na internet em espaços de compartilhamento

Através de *Once upon a time*, observa-se como a interatividade do público com o produto ocorre “antes”, “durante” e “depois” da narrativa. O público, ao interagir com a narrativa, recorre à memória do imaginário dos contos de fadas e encontra nas plataformas de *fanfic* uma maneira de criar suas próprias versões. Essa atividade é então ressignificada e pode inclusive conter aspectos e temáticas que não fazem parte do cânone de referência, evidenciando o caráter de interação e produção deste processo. A interação extranarrativa nas redes sociais digitais, cria outras possibilidades de compartilhamento ao oferecer o diálogo e diferentes percepções do mesmo produto. Segundo Canclini “todo consumidor, quando seleciona, compra e utiliza, está contribuindo para a construção de um universo inteligível com os bens que elege. Além de satisfazer necessidades ou desejos, apropria-se dos objetos e atribui-lhes significado” (CANCLINI, 2006, p.87). Vale ressaltar o potencial que as experiências interativas ao equilibrar controle e passividade, uma metáfora metalinguística sobre os próprios meios de comunicação e suas estratégias de poder.

Os resultados da abordagem escolhida apontam para as produções e práticas virtuais de comunidades online como característica da sociedade contemporânea inserida na cibercultura. Ademais, verificou-se que, embora a série tenha sido cancelada, as comunidades continuaram gerando novos conteúdos e compartilhando produções, reafirmando a participação ativa dos receptores no consumo, distribuição e circulação cultural. Portanto, a tendência de expansão dos formatos narrativos, na constituição de universos narrativos que ultrapassam as áreas do audiovisual e da literatura associado ao uso do ambiente digital como ferramenta de expansão narrativa tem implicado diretamente nos modos de consumo.

Estas reflexões implicam em novos questionamentos, a serem analisados no decorrer dos fenômenos comunicativos: se as narrativas audiovisuais são o futuro da televisão e do cinema expandido, se as plataformas de *fanfic* se constituem no modo contemporâneo de fazer e ler literatura ou ainda se há um novo estatuto do receptor que deva considera-lo ativo de antemão, posto sua inerente atividade de contestação e produção o ambiente digital são perguntas que se fizeram relevantes na constituição desta pesquisa e que não possuem respostas definitivas. O que está posto é que a cultura digital tem reconfigurado as relações, não somente com os meios de comunicação e com a mídia, mas com os modos culturais consolidados como a literatura, questionamentos aos quais os pesquisadores devem estar atentos ao pesquisar este cenário.

REFERÊNCIAS

- BARKER, Martin, BEEZER, Anne, (Orgs.). **Introducción a los estudios culturales**. Barcelona: Bosch Casa Editorial, 1994.
- CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Edusp, 1997.
- COSTA, Marisa Vorrager. SILVEIRA, Rosa Hessel. SOMMER, Luís Henrique. Estudos culturais, educação e pedagogia. **Revista Brasileira de Educação**, v. 1, n. 23, p. 36-61, mai-ago, 2003.
- DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2015. 380 p.
- ESCOTESGUY, Ana Carolina D. **Cartografias dos Estudos Culturais - Uma versão latino-americana**. Belo Horizonte: Autêntica.2001. 240p.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. & JACKS, Nilda. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.127p.
- GARON, Jon M. **Pop Culture Business Handbook for Cons and Festivals**. Estados Unidos: CreateSpace, 2017.
- GRINNEL COLLEGE. **Subcultures and sociology: fandom and participatory culture**. Iowa, s/d. Disponível em <<http://haenfler.sites.grinnell.edu/subcultural-theory-and-theorists/fandom-and-participatory-culture/>>. Data do acesso: 01/08/2018.
- JACKS, Nilda. ESCOSTESGUY, Ana Carolina. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Conexão**. São Paulo: Aleph, 2017.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em Comunicação**.10.ed. São Paulo: Edições Loyola, 2010.171p.
- MAVRIDOU, Orion. Gaming, Media and the Ludic Dimensions of Textual Poaching. **Transactions of the Digital Games Research Association**. Carnegie Mellon University, Pittsburgh, v. 3, n. 2, p. 89-111, julho, 2017.
- MCLUHAN, Marshall. **O meio são as massagens**. São Paulo: Record. 1969.
- NEVES, JL. **Pesquisa qualitativa: Características, usos e possibilidades**. Caderno de pesquisa em administração. V.1. 1996
- NASCIMENTO, Fernanda. **Estudos culturais e estudos descoloniais: diálogos e rupturas na construção de uma pesquisa de recepção**. *Novos Olhares*, USP, São Paulo, v. 7, n. 81, p. 80-87, jan/ jun, 2018.
- SILVA, Ronei Teodoro. CARDOSO, Roberta Mânica. **A mediação nos processos de comunicação na internet**. *Conexão – Comunicação e Cultura*, UCS, Caxias do Sul, v. 15, n. 29, p. 81-99, jan/ jun, 2016,
- SHIRKY, Clay. **Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations**. Nova York: Penguin, 2009.
- NELSON, Cary. TREICHLER, Paula. GROSSBERG, Lawrence, (Org.). **Cultural Studies**. Nova York/ Londres: Routledge, 1992.
- CANCLINI, N. G. El consumo cultural: una propuesta teórica. In. SUNKEL, G. (org.). **El consumo cultural en América Latina: Construcción teórica y líneas de investigación**. 2ª ed, Bogotá: Convênio Andrés Bello, 2006, 72 - 95
- JACKS, N; TOALDO, M. **Consumo Midiático: uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção**. In: Regiane Ribeiro. (Org.). *Jovens, consumo e convergência midiática*. 1ed.Curitiba: Editora UFPR, 2017, v. 1, p. 19-29.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. 2^a ed, São Paulo: Aleph, 2009

LÉVY, P. **Inteligência Coletiva**: Para uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Edições Loyola, 1998

ANEXOS


Anexo 1 - Spirit Fanfiction

once upon a time

Filtrar por: [captainswan +](#) [emmaswan +](#) [jennifermorrison +](#) [killianjones +](#) [onceuponatime +](#) [ouat +](#) [reginamills +](#)

Lista de Categorias de Fanfics de Séries, Novelas & TV - Letra O

Todas | # | [A](#) | [B](#) | [C](#) | [D](#) | [E](#) | [F](#) | [G](#) | [H](#) | [I](#) | [J](#) | [K](#) | [L](#) | [M](#) | [N](#) | [O](#) | [P](#) | [Q](#) | [R](#) | [S](#) | [T](#) | [U](#) | [V](#) | [W](#) | [X](#) | [Y](#) | [Z](#)

 **Once Upon a Time**
3.938 histórias

Print de tela: elaborado pela autora.

Anexo 2 - Wattpad



The screenshot shows a Wattpad search page. At the top, there is a navigation bar with the Wattpad logo, menu items 'Descobrir', 'Criar', and 'Comunidade', and a search bar containing 'once upon a time'. Below the navigation bar, the search results are displayed. The main heading is 'once upon a time'. Underneath, there is a filter section with 'Filtrar por:' and buttons for 'captainswan +', 'emmaswan +', 'jennifermorrison +', and 'killianjones +'. The search results show '1.1K HISTÓRIA' and a 'Filtros' dropdown. The first result is 'The Princess and the Pirate I' by captainrogerz, with 16 chapters, 56.6K views, and 3K stars. The description reads: 'Nessa história Emma Swan nasceu e foi criada na Floresta Encantada como seus pais sempre quiseram. Mas ela ainda conheceria Killian Jones? Emma vive como...'. Below the description are tags: 'Completo', 'captainhook', 'killianjones', 'tvshow', and '+mais 8'.

Print de tela: elaborado pela autora.

Anexo 3 – Categorias de gêneros

Gênero

Romance e Novela (257)

Aventura (174)

Drama (Tragédia) (161)

Ação (159)

Fantasia (151)

Ficção (142)

Família (132)

Shoujo (Romântico) (124)

Magia (121)

Ficção Adolescente (120)

Comédia (117)

Crossover (111)

Violência (106)

Mistério (105)

Festa (93)

Print de tela: elaborado pela autora.

Personagem

Regina Mills (Rainha Malvada) (2.680)
Emma Swan (2.372)
Capitão Killian "Gancho" Jones (1.276)
Mary Margaret Blanchard (Branca de Neve)
(1.265)
Zelena (Bruxa Má do Oeste) (1.245)
David Nolan (Príncipe Encantado) (1.235)
Henry Mills (1.232)
Robin Hood (1.204)
Ruby (Chapeuzinho Vermelho) (1.045)
Cora (Mills) (831)
Sr. Gold (Rumplestiltskin) (761)
Personagens Originais (725)
Lacey (Belle) (532)
Xerife Graham Humbert (Caçador) (453)
Tinker Bell (404)
Vovó (Granny) (402)
August Wayne Booth (Pinóquio) (358)
Lilith "Lily" Page (352)

Print de tela: elaborado pela autora.

Crossovers

Não listar Crossovers

Lana Parrilla (173)

Jennifer Morrison (130)

The Vampire Diaries (74)

Sean Maguire (74)

Supernatural (73)

Teen Wolf (61)

Colin O'Donoghue (60)

Supergirl (54)

Grey's Anatomy (51)

Pretty Little Liars (48)

Harry Potter (40)

Fifth Harmony (38)

Once Upon a Time in Wonderland (38)

Peter Pan (38)

Josh Dallas (38)

Ginnifer Goodwin (37)

The Originals (37)

The Flash (36)

Print de tela: elaborado pela autora.

Tags

Swanqueen (1.284)

Regina Mills (902)

Emma Swan (738)

Swan Queen (673)

Ouat (657)

Romance (636)

Outlawqueen (357)

Lana Parrilla (354)

Drama (279)

Swen (236)

Robin Hood (232)

Outlaw Queen (228)

▼ Mais**Sem o Personagem**

Cyrus (3.902)

Paige (Grace) (3.891)

Isaac (O Autor) (3.891)

Liam Jones (3.886)

Wendy Darling (3.879)

Anastasia (Rainha Vermelha/Rainha
Branca) (3.878)

Albert Spencer (Rei George) (3.873)

Sidney Glass (3.843)

Will Scarlet (3.843)

Hades (3.838)

Milah (3.830)

Príncipe James (3.830)

Print de tela: elaborado pela autora.

TABELAS

Tabela 1: Abordagens

Abordagem	Menções explícitas
Não mencionada	30
Qualitativa	13
Qualitativa e Quantitativa	7
Quantitativa	0

Fonte: levantamento bibliográfico da autora.

Tabela 2: Procedimentos metodológicos

Procedimentos metodológicos	Quantas vezes foi usado?
Análise Bibliográfica	15
Netnografia	14
Entrevistas	4
Pesquisa documental	4
Observação	4
Questionário	3
Estudo de Episódios	1
Estudo de caso	1
Pesquisa exploratória	1
Pesquisa Documental	1
Multimetodologia	1
Grupo focal	1

Fonte: levantamento bibliográfico da autora.

Tabela 3: tipos de *fandom*

Tipo de <i>fandom</i>	Menções nos artigos
Séries de TV	14
Produção de fãs (fanfics e outros)	8
Narrativa transmidiática	6
Novelas	5
Filme	5
Literatura	5
Games	4
Fandom em geral	4
HQ e mangas	3
WebVídeos	2
Reality show	1
Cultura pop brasileira	1
Cultura Pop japonesa/ coreana	1

Fansub/ drama sul coreano	1
Política	1
Minissérie	1
Fanbase	1
Anime	1
Música	1

Fonte: levantamento bibliográfico da autora.

Tabela 4: Todas as palavras-chave

Palavras-chave	Menções
Fandom	12
Fãs	11
Fanfiction	6
Cultura Participativa	5
Cultura Pop	5
Cultura Digital	4
Cibercultura	3
Cultura da convergência	3
Culturas de fãs	3
Política	3
Potterheads	3
Resistência	3
Telenovela	3
Televisão	3
Análise do discurso foucaultiana	2
Comunicação	2
Comunidades interpretativas	2
Consumo	2
Convergência midiática	2
Ficção seriada	2
Narrativa Transmídia	2
Participação	2
Processo organizativo	2
Shipping	2
Transmídia	2
Youtube	2
5inco minutos	1
Adolescentes	1
Afetos	1
Agenciamento	1
Ativismo	1
Ativismo de fã	1
Ativismo de fãs	1
Ativismo de gamers	1
Audiências	1
Avenida Brasil	1
Camp	1
Canal Viva	1
Capital social	1

Consumo da experiência	1
Conteúdo gerado por usuário	1
Controvérsias	1
Convergência	1
Cultura colaborativa	1
Cultura de consumo	1
Cultura de fãs	1
Cultura dos fãs	1
Cultura pop japonesa	1
Culturas fã	1
Dádiva	1
Deleuze	1
Desejo	1
Drag Queen	1
Educação	1
Entretenimento	1
Escrita digital	1
Estudo de fãs	1
Estudos de recepção	1
Expressão material	1
Fandom clarina	1
Fandom transcultural	1
Fanfictions	1
Fansubs	1
Fanwork	1
Fãs organizacionais	1
Ficção	1
Ficção televisiva	1
Franquia Doctor Who	1
Game of thrones	1
Gênero digital	1
Gilmore Girls	1
Guerra civil	1
Harry Potter	1
Haters	1
Identidade	1
Indústrias midiáticas	1
Jogos Vorazes	1
Leitor-detetive	1
Leitura	1
Letramentos críticos	1
Letramentos digitais	1
Literatura	1
Loações	1
Marvel	1
Materialidade	1
Melodrama	1
Memória	1
Metáforas do consumo	1
Mídias Sociais	1
Modernidade líquida	1

Narrativa	1
Narrativas	1
Nerd	1
Objetos	1
Obras adaptadas	1
Organizações	1
Performances de gosto	1
Perfurabilidade	1
Produção de fãs	1
Prossumo	1
Reality show	1
Redes sociais	1
Redes sociais digitais	1
Reescrita	1
Relacionamento	1
Ressemiotização	1
Ru Paul's Drag Race	1
Scans	1
Série	1
Sites de Redes Sociais	1
Spoiler	1
Star trek	1
Star Wars: Episódio VII	1
Supernatural	1
Telespectador	1
Teoria Semiolinguística	1
The Big Bang Theory	1
Trabalho gratuito	1
Tradução	1
Tradução intersemiótica	1
Transnarrativa	1
Tumblr	1
Tv cult	1
Twitter	1
Vida organizada	1
Videoclipe	1
Vidememes	1
Youtubers	1

Fonte: levantamento bibliográfico da autora.