

O fandom e seu potencial como comunidade interpretativa

The fandom and its potential as interpretative community

Regiane Regina RIBEIRO¹

Resumo

O texto discute o cenário contemporâneo das pesquisas em recepção no que diz respeito à preocupação com o grau, o modo de participação e a classificação das audiências. Nesse contexto, apresenta-se não somente o seu potencial interpretativo, mas também sua capacidade de atuar ativamente, recebendo, circulando e produzindo novos sentidos. O objetivo é articular os conceitos de comunidades interpretativas ao de fandom, apresentando os pontos convergentes e limitadores dos termos nas práticas de produção de sentido e significação.

Palavras-chave: Comunidades Interpretativas. Estudos de Recepção. Fandom.

Abstract

The paper discusses the contemporary setting of research on reception regarding concerns about the degree, the mode of participation and classification of audiences. In this context, it presents not only their interpretive potential, but also its ability to act actively, receiving, circulating and producing new meanings. The objective was to articulate the concepts of interpretive communities of fandom, with the converging and limiting points over the practice of meaning production.

Keywords: Interpretatives Communities. Reception Studies. Fandom.

Introdução

Subversivo, “A morte do Autor” é o tipo de texto que ainda hoje precisa ser discutido pela sua importância para os estudos de recepção. E essa talvez seja a definição de todo pensamento relevante. Barthes desenvolveu em 1968 uma tese que

¹ Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC - SP. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPR. E-mail: regianeribeiro5@gmail.com

nenhum escritor ou leitor deveria ignorar, ou seja: Há uma leitura ideal? Há uma simetria perfeita entre o leitor e a obra? Segundo a perspectiva barthesiana, o verdadeiro lugar da escrita é a leitura. Seguindo essa mesma linha analítica, Stanley Fish é mais radical ao afirmar, em 1980, que o texto não tem mais o privilégio de orientar interpretações possíveis porque a leitura que um indivíduo faz de um texto não depende nem do texto nem do leitor, mas da comunidade na qual ele se insere e através da qual seus pensamentos são moldados.

Traçando-se um paralelo entre os processos de recepção literária e as pesquisas em recepção midiática, percebe-se um traço comum e permanente entre ambas e por isso, talvez, o mais importante seja a preocupação com o grau e o modo de participação das audiências diante dos conteúdos recebidos. Nesse contexto discute-se não somente o potencial de recepção mas também a capacidade das audiências em atuar ativamente no processo comunicativo, recebendo, circulando e produzindo novos sentidos. O marco temporal que potencializa esse cenário dá-se, principalmente, a partir dos processos de transmidiação e interatividade que se proliferam nas múltiplas telas do nosso cotidiano, proporcionando o que alguns autores defendem como uma nova ambiência.

As questões que se apresentam são: como entender as novas audiências dentro dos limites estabelecidos pelo novo cenário da recepção? Pode o conceito de Comunidades Interpretativas dar conta de classificar tais grupos? Como se formam e se caracterizam tais comunidades? E por fim, que critérios podem configurar o *fandom* como comunidade interpretativa? É a partir desses questionamentos que o presente artigo se estrutura e pretende contribuir para o debate teórico metodológico dos estudos de recepção.

O potencial interpretativo das audiências

Partindo-se da perspectiva dos Estudos Culturais e da Crítica Literária, adota-se como conceito norteador da discussão o caráter ativo da recepção, segundo o qual o texto produz múltiplas camadas textuais de sentido e a recepção torna-se um processo multidimensional, pouco transparente e não-linear em que toda mensagem é passível de inúmeras leituras, não existindo um significado fixo e único.

No desenvolvimento da tradição da pesquisa de recepção, os estudos desenvolvidos por Stuart Hall e seus associados, têm sido um importante marco de referência. Hall (1980) identificou quatro componentes de ruptura com as abordagens tradicionais do estudo da comunicação (recepção) – ruptura que significou uma verdadeira “virada interpretativa e etnográfica”.

O primeiro rompimento dá-se com as abordagens behavioristas, que viam a influência dos meios de comunicação de massa nos termos de estímulo-resposta. O segundo, na visão dos textos da mídia como suportes transparentes do significado, não percebendo, portanto, as entrelinhas. O terceiro rompimento é com a homogeneidade e passividade da audiência, optando por considerar que o potencial interpretativo está inserido em um contexto cultural complexo nos quais as mensagens são decodificadas. E, por último, mas não menos importante, o rompimento com a ideia monolítica de cultura de massa.

Apropriando-se de Marx (1982), Stuart Hall reafirma que não há uma visão determinista da recepção e da produção, ou seja, a produção determina o consumo, assim como o consumo também determina a produção. Isso nos leva a perceber o caráter heterogêneo da recepção, onde um mesmo grupo, num dado momento, pode fazer determinada leitura da realidade a partir de códigos hegemônicos e, em outro dado momento, a partir de códigos contestatórios.

Michel de Certeau, também discute o poder interpretativo das audiências afirmando que as operações culturais são movimentos de práticas comuns e experiências particulares. Para o autor, nenhuma interpretação é isolada e o campo da pesquisa dá-se em uma dada “cultura ordinária” que se organiza a partir de espaços, correlações, cooperação e lutas.

Assim, tanto em Hall como em Certeau, o poder interpretativo das audiências deve ser pensado em sua polissemia, seus usos e desusos e na capacidade de tensão e conflito entre os sujeitos, produtores e consumidores. Dessa forma, tão importante quanto observar as mensagens emitidas, o espaço da produção destaca-se no sentido de perceber o que “o consumidor cultural fabrica” durante o seu uso, sua recepção, seu consumo, ou seja, entender as possibilidades de circulação e releituras dos conteúdos recebidos.

Estudos literários e o conceito de comunidades interpretativas

Comunidade interpretativa é um termo originário dos estudos literários. Nos textos seminais de Stanley Fish (1980) e Janice Radway (1984), esse termo é usado para explicar a uniformidade de leitura em uma comunidade cujas experiências compartilhadas tendiam a interpretações igualmente compartilhadas. Para Fish "comunidades interpretativas" são “constituídas por aqueles que compartilham estratégias interpretativas não para a leitura mas para escrever textos, para constituir as suas propriedades atribuindo as suas intenções”. Assim, argumenta, que não se pode aprender o conhecimento ou a habilidade de interpretação, pois é algo inato ao ser humano, as únicas coisas que podem ser aprendidas são as "maneiras de interpretar" e como as estratégias interpretativas podem resultar em contextos de significação diversos.

De um ponto de vista fenomenológico, na interação particular entre texto e leitor, seu propósito é estudar “os sistemas subjacentes que determinam a produção de sentido textual no qual o leitor e o texto perdem seus status independentes” (FISH, 1980 apud LINDLOF, 1988). Portanto, o conceito “comunidade interpretativa” não se refere a pessoas individuais, mas as normas que são características de uma determinada comunidade e que influenciam a forma como seus membros atribuem sentido e significação.

Janice Radway, é outra referência importante na discussão sobre comunidades interpretativas. Tendo como pano de fundo as reivindicações das mulheres e grupos étnicos minoritários na década de 60 nos Estados Unidos, a autora defende que: “a leitura é um complicado processo semiótico fundamentalmente social que varia no tempo e no espaço. (...) leitores diferentes leem diferentemente por pertencerem ao que se conhece como comunidades interpretativas.” (RADWAY, 1984, p. 53).

Radway estava interessada no processo de significação dos leitores em um gênero popular, o romance, a partir de um método etnográfico. Ao concentrar-se na comunidade interpretativa de leitura do romance e nas regras que determinaram a leitura do gênero, seu estudo demonstrou como o conceito de comunidade interpretativa tornava possível desvendar de que forma as estruturas interpretativas

são compartilhadas. Para ela o romance era como uma fantasia utópica que refletia o que as mulheres sentiam falta em seu cotidiano, um ato de resistência em uma sociedade patriarcal.

Outros autores que também trabalham em uma perspectiva comum são JENSEN 1987; LINDLOF 1985 e 1988 e SCHRODER 1994. Para Jensen (1987:30), o papel dos receptores na comunicação de massa deveria ser explicado referindo-se aos seus repertórios social e cultural específicos: eles têm sido formados, ou formulados, no interior de comunidades de interpretação que se definem pela localização, funções sociais, tradições culturais, convenções e sentidos que as unem. Assim, as diferenças na interpretação surgem das diferenças nas suposições que estão na base das comunidades interpretativas ao invés de nas diferenças entre indivíduos. Portanto, a audiência pode ser abordada tanto por suas características pessoais quanto pelas suas formas de pertencimento sociocultural sem perder o que apresenta de comum.

No que diz respeito aos conteúdos e fluxos midiáticos, Jensen (1987, p.175-196) estabelece um parâmetro interessante entre a autonomia do receptor e a capacidade que os discursos dos meios de comunicação têm de produzir sentido e significação. Para o autor, o estudo dos discursos dos meios de comunicação é um elemento constitutivo necessário na análise da recepção que inclui as “formas mediante as quais as agendas dos meios de comunicação podem anular os aspectos marginais ou emergentes das agendas da audiência” (1997, p.195). Dessa forma, tanto a recepção quanto a produção são espaços fundamentais para o entendimento desse fenômeno.

Jensen discute ainda (1987, p.28) como a definição demográfica dos receptores pode ser usada para categorizar preliminarmente o trabalho prático com as audiências, mas adverte que as comunidades de sentidos são geradas nos interesses e experiências acumulados e compartilhados. E ainda, que agrupamentos socioeconômicos tradicionais apresentam-se como categorias fechadas que não podem registrar os processos que se dão no lugar – ou nos entre-lugares – da recepção.

Ainda que tais comunidades de sentido sejam elusivas e de difícil operacionalização, elas podem ter um número de consequências reais, práticas para a pesquisa sobre audiências de mídia: as identidades sociais e culturais da audiência são estabelecidas nestas comunidades, e, em termos concretos, elas são a fonte daqueles códigos de entendimento que as audiências aplicam na interpretação de códigos midiáticos (JENSEN, 1987, p.28).

Já Kim Schroder (1994) delimita as comunidades interpretativas em dois grandes grupos: as que se constituem independentemente de qualquer mídia e as que se constituem pelo uso social da mídia e ainda complexifica a questão quando diferencia as comunidades interpretativas dos agrupamentos de classe, gênero, etnicidade, afirmando que os repertórios interpretativos de um usuário de mídia individual são vistos como um produto “da comunidade linguística como um todo, dos posicionamentos sociais que se estabelecem no curso da história de vida do indivíduo, das interações comunicativas nas comunidades interpretativas e sociais da vida cotidiana, e finalmente pela reunião única dessas influências construídas pelo indivíduo de momento a momento.” (1994: 345).

Thomas Lindlof (1985, 1988), por sua vez, define comunidade interpretativa como “o lugar de práticas socialmente coordenadas que levanta as premissas da interpretação dos conteúdos da mídia”. Os integrantes de uma comunidade interpretativa compartilham certos sentidos e ideologias comuns que estruturam as interações da comunidade e a recepção de textos midiáticos. “O horizonte de interpretação está nas fronteiras do pertencimento à comunidade”. De acordo com Lindlof (1988), a tarefa de uma etnografia da mídia é reconhecer as estratégias interpretativas oriundas do pertencimento dos leitores a comunidades interpretativas.

Schroder (1994, p.337) problematiza a discussão advertindo para os usos e abusos sofridos pelo conceito em dez anos de pesquisa, como uma “panaceia para explicar todos os tipos de condicionamentos sociais da recepção de mensagens midiáticas”. O autor afirma que a multiplicidade de leituras é atribuída ao fato de as pessoas pertencerem a diferentes comunidades interpretativas. “Diferenças na interpretação surgem das diferenças nas suposições que estão na base de diferentes comunidades interpretativas, em vez de diferenças entre indivíduos” (Allen, 1987, p.100 apud Evans, 1990, p. 156). Tem-se a partir dessa afirmação a problematização central desse paper: podemos considerar os estudos de fãs condicionamentos sociais (comunidades interpretativas) de recepção?

Fãs, fandom e comunidades de interpretação

O fã pode ser classificado, pelo viés dos Estudos Culturais, como um indivíduo consciente e ativo, que tem controle de sua relação com os objetos culturais e produz sua própria cultura, ao apropriar-se dos objetos que consome em seu dia-a-dia. Organizados em uma espécie de sociedade alternativa, complexa e organizada, os fãs dividem referências, interesses e um senso comum de identidade que faz com que eles tenham a sensação de pertencer a um grupo que não se define por raça, credo, gênero, classe social ou localização geográfica, mas por compartilhamento de textos e conhecimentos.

John Fiske (1992), pertencente ao que alguns autores chamam de “primeira onda de estudos dos fãs”, procurou entender o grupo como uma instituição cultural e comunidade interpretativa inserida sempre em um contexto de poder e resistência. Para ele:

Os fãs (...) selecionam determinados artistas e narrativas de gêneros entre o repertório do entretenimento produzido e distribuído em massa, transportando-os para a cultura auto selecionada de uma fração de pessoas. Em seguida, eles são retrabalhados em uma cultura popular intensamente prazerosa e significativa que é, ao mesmo tempo, semelhante e, contudo, extremamente diferente da cultura do público popular mais “normal” (...) (FISKE, 1992, p. 30).

Arelada à ideia de práticas de empoderamento e resistência, Fiske (1992) atribui a capacidade do fandom de construir leituras e interpretações alternativas principalmente, no que diz respeito à polissemia dos textos populares e conseqüentemente à cultura popular. Para o autor, as práticas de produção de sentido e interpretação no fandom são sempre subversivas e se dão nos “prazeres de produzir os seus próprios sentidos para a experiência social e os prazeres de escapar à disciplina social do bloco do poder”. (1992, p.44)

Sandvoss (2005) considera essa definição normativa, alegando que o problema incide na confusão das fronteiras de descrição e interpretação propostas pelo autor, limitada aos desempoderados que utilizarão o fandom como forma de resistência. Assim, em oposição à definição de Fiske, Sandvoss conceitua o fã:

... como o engajamento regular e emocionalmente comprometido com uma determinada narrativa ou texto. Esses textos, por sua vez, atravessam diferentes mídias como livros, programas de televisão, filmes ou música, assim como textos populares em um sentido mais amplo, como times esportivos, ícones e estrelas populares que variam entre atletas, músicos e atores. (2013, p. 10)

O autor (2013, p.23) complementa afirmando que as leituras excepcionais e os níveis de resistência demonstrados no fandom podem variar entre diferentes grupos de fãs. Uma importante diferenciação surge ao longo das linhas demográficas e das posições sociais, culturais e econômicas, respectivamente. O autor recorre à sociologia do consumo de Bourdieu (1984) na construção de um quadro teórico popular para os estudos dos fãs. Primeiro, para explicar os múltiplos fatores por meio dos quais a identidade e a posição de classe são definidas nas sociedades modernas delimitando os recursos que definem posições de classe, tais como capital social, capital de educação e capital cultural.

Nesse sentido, afirma que a maior contribuição de Bourdieu aos estudos de fãs e públicos é mostrar como as posições de classe são articuladas por meio do consumo, que também constitui a própria base do fandom: o princípio do gosto como o privilégio de objetos de consumo definidos e distintos. Ou seja, o fandom é motivado por combinações particulares de capital social, cultural e econômico dos fãs.

Jenkins (1992), considera o fandom uma das manifestações mais representativas da cultura participativa e evidencia não apenas o comportamento individual de um fã, mas sim uma experiência coletiva de consumo de mídia em torno de um determinado objeto, razão pela qual o compartilhamento é fundamental para entendê-lo. O autor diferencia o fandom de outras práticas culturais, apresentando quatro níveis de distinção: o primeiro diz respeito ao modo de recepção, ou seja, os fãs não apenas interpretam os textos, mas os utilizam em outros tipos de atividades sociais e culturais; o segundo denota o caráter classificador do termo, o fandom constitui uma comunidade interpretativa de negociação de sentido através da circulação dos conteúdos em reuniões, fóruns, redes sociais, fanzines e blogs; a terceira está associada ao caráter de produção artística que o fã desenvolve e a última diz respeito

ao importante potencial de construção de comunidades, desenvolvendo laços que constituem suas identidades a partir do grupo. (JENKINS, 1992: 209-213).

A produtividade é outra característica do fandom que merece destaque na medida em que as narrativas criadas ou produzidas deixam o imaginário de um fã ou a privacidade do seu quarto para se manifestarem publicamente, especialmente através da internet. Para Jenkins, as criações das comunidades de fãs não se limitam a constituir uma cultura popular, mas podem ser apropriadas pelas indústrias culturais que as reutilizam, recriando o seu produto original. Nesta ‘cultura participativa’ os fãs podem subsistir enquanto produtores.

Fiske (1992 apud Sandvoss 2013) apresenta três formas de produtividade dos fãs: a semiótica (criação de sentido no processo da leitura que ocorre no plano intrapessoal), a enunciativa (formas de comunicação não-verbal como a reprodução da imagem de um artista ou o uso de botons para demonstrar afeto pelo time ou programa de televisão favorito) e a textual (descreve materiais e textos criados por fãs que se manifestam fisicamente ao serem escritos, editados ou gravados, tal como os fanzines, a fanfiction). O autor ainda afirma algo indispensável na discussão desse paper: “para sustentar uma definição inclusiva e não normativa do fandom, precisamos desenvolver uma taxonomia dos fãs que leve em consideração os graus variáveis de produtividade e organização social”.

Já Abercrombie & Longhurst (1998) reconhecem formas variadas de produtividade dos fãs ao localizarem o fandom no espaço transicional entre o consumo e a produção; são elas: fãs, adoradores e entusiastas, distinguindo-os também a partir de três eixos: o uso da mídia, potencial de participação em redes e comunidades e a especificidade do objeto de fandom.

Outro autor que procura conceituar os fãs enquanto agentes ativos de uma cultura popular e das próprias indústrias culturais é Mats Hills (2002). Ele utiliza o termo “consumo performativo” que permite assimilar não só a ideia de homenagem prestada aos ídolos, mas reforça a função criadora do fã. O corpo performativo de um fã permite-lhe dar continuidade ao seu interesse e reforçar a sua própria identidade, através da autoconsciência que lhe permite assumir por momentos uma nova identidade.

Lawrence Grossberg (2003) considera que os interesses de um fã são tão vitais para a sua existência que a sua identidade torna-se dispersa em função da dispersão face ao seu ídolo ou objeto de culto. A distinção de fã enquanto membro de uma audiência que se destaca através do seu interesse e ação confere uma dimensão elitista ao papel do fã. O mesmo texto cultural tem tantos significados quantos os receptores e as suas diferentes predisposições.

Onde os conceitos convergem

Relacionar o fandom como comunidade interpretativa requer considerar aspectos convergentes no uso dos conceitos. Inicia-se a discussão com a perspectiva de Jenkins (1992), que considera o fandom como uma “comunidade interpretativa de negociação de sentido” através da circulação dos conteúdos no ciberespaço. A afirmação nos leva a refletir, de início, sobre o lugar onde essas comunidades se estabelecem e a já demasiadamente discutida dicotomia real e virtual.

Entendendo a comunidade virtual como uma agregação cultural formada pelo encontro sistemático de um grupo de pessoas no ciberespaço, considera-se, nesse caso, que mesmo sendo delimitado o lugar da recepção (ciberespaço e não interações *off-line*), esse lugar pré-estabelecido não exclui necessariamente o potencial de comunidade interpretativa e não é determinante para classificar o fandom como tal. Assim, mesmo sendo a definição demográfica dos receptores usada para categorizar preliminarmente o trabalho prático com as audiências é nos interesses e experiências acumulados e compartilhados que são geradas as comunidades de sentido e que agrupamentos socioeconômicos tradicionais apresentam-se como uma categoria fechada e não dão conta de registrar os processos que se dão nos entre-lugares². – da recepção.

Não obstante, os novos modos de consumir os produtos midiáticos estão, em certa medida, migrando para o ciberespaço. As audiências não estão mais nas mediações da casa ou da escola e isso torna imprescindível a reflexão sobre um

² Remetemos aqui ao que Bhabha (1998) chamou de entre-lugar: “terreno para a elaboração de estratégias de subjetivação – singular ou coletiva – que dão início a novos signos de identidade e postos inovadores de colaboração e contestação, no ato de definir a própria ideia de sociedade”. (BHABHA, 1998, p. 19-20).

processo de mediação sociocultural marcado principalmente pela interconectividade aliada à convergência dos meios e à transmidialidade. Nesse sentido, assim como as comunidades interpretativas *off-line*, o fandom adquire características de uma sociedade complexa e organizada que divide referências, interesses e um senso comum de identidade que não se define por termos tradicionais como raça, credo, gênero, classe social ou localização geográfica, mas por indivíduos que compartilham textos e conhecimentos.

O caráter produtivo do fandom e seu potencial de resistência e constituição identitária é outra relevante característica convergente. Autores como Jensen (1997) e Radway (1984) afirmam o poder das comunidades interpretativas em se expressar não só em relação ao conteúdo produzido mas como resistência aos agendamentos dos meios de comunicação e ao poder hegemônico. Fiske (1992), Jenkins (1992) e Sandvoss (2013) também discutem essa perspectiva afirmando que o fandom é um importante espaço polissêmico de recepção aos textos populares no qual as identidades dos fãs são construídas a partir das próprias experiências sociais e no desejo de escapar da disciplina social do bloco do poder.

E, ainda que sejam elusivas e de difícil operacionalização, o fandom enquanto comunidade interpretativa configura-se muito mais no poder interpretativo dos fãs do que no texto em si, ou seja, na capacidade dos fãs de produzirem sentidos a partir de aspectos particulares do seu próprio cotidiano. Essa produção torna-se possível mediada por dois elementos essenciais: a facilidade técnica que o meio digital proporciona na produção dos conteúdos e o caráter psicossocial que permite aos sujeitos se expressarem através da rede de forma particular.

Assim, considerando que o momento da circulação e produção de novos conteúdos se constitui uma estratégia interpretativa que resulta na produção de blogs, fanfiction, fanzines, eventos, etc, estes se tornam importantes lugares para se entender o consumo midiático e necessitam de uma taxonomia que dê conta da sua complexidade.

A classificação do fandom como comunidade interpretativa requer, tal como acontece nas comunidades *off-line*, a difícil tarefa de categorizar esses grupos. Nesse sentido, autores como Fiske (1992) categorizam três tipos de produtividade dos fãs que podem ser relevantes para a construção de um protocolo: a semiótica, a

enunciativa e a textual. Embora a prática de consumo esteja imbuída nas três, é na terceira, a que descreve materiais e textos criados por fãs que o processo se concretiza.

De acordo com a classificação de Abercrombie & Longhurst (1998), o que predetermina seu potencial e sua configuração como comunidade de interpretação são: o uso da mídia, o potencial de participação em redes e comunidades e a especificidade do objeto de fandom. No que diz respeito ao potencial de participação, aspectos como reputação e prestígio são importantes na constituição do fandom. É importante destacar que esses valores ligados à atribuição de status e ao reconhecimento do valor do outro estão articulados às ações comunicativas e à produção de laços sociais que se desdobram a partir das afinidades e das atividades desenvolvidas pelos fãs e no seu processo de construção identitária.

Por fim, vale apresentar uma importante reflexão, no que tange à dificuldade do fandom dar acesso às biografias, história de vida e condição político-social dos sujeitos que o compõem, aspectos bastante valorizados em comunidades interpretativas off-line. Esse nível de reconhecimento dos sujeitos dependerá da plataforma utilizada, do contexto, do espaço, e das normas que estão discursivamente em ação e, nem sempre podem acontecer devido à complexidade e multiplicidade de sujeitos envolvidos. Assim, seria necessário regressar a perspectivas tradicionais, como a antropologia e a etnografia onde o online e off-line se inter-relacionam em um potencial multi-metodológico.

Considerações finais

O artigo buscou discutir o cenário contemporâneo das pesquisas em recepção no que diz respeito ao grau, ao modo de participação, à classificação das audiências e à necessidade de se propor um novo protocolo metodológico. O objetivo foi articular os conceitos de *comunidades interpretativas* ao de *fandom*, apresentando os pontos convergentes e limitadores dos termos nas práticas de produção de sentido e significação. Tendo como pano de fundo os estudos culturais e a crítica literária, no que diz respeito ao caráter ativo da recepção, sua multidimensionalidade e seu potencial ilimitado de interpretações, procurou apresentar um panorama dos principais autores que discutiram tais perspectivas.

Pode-se concluir que o Fandom como comunidade interpretativa está preferencialmente relacionado ao ciberespaço e que, mesmo essa característica sendo fundamental, ela não exclui o potencial de comunidade interpretativa e não é determinante para classificação do fandom como tal. O que se demonstrou é que independentemente da localização em que a recepção se constitui, é no caráter de organização, produção e de circulação de sentidos que o verdadeiro potencial analítico deve se debruçar.

O caráter produtivo do Fandom e seu potencial de resistência e constituição identitária foi outra relevante relação demonstrada no artigo. O fandom é um importante espaço polissêmico de recepção aos textos populares no qual as identidades dos fãs são construídas a partir das próprias experiências sociais e ao desejo de escapar à disciplina social do bloco do poder e na capacidade dos fãs de produzir sentidos a partir de aspectos particulares do seu próprio cotidiano.

A categorização do fandom também foi destacada no texto como relevante para a construção de um protocolo metodológico para análise do consumo e produção. Aspectos como uso da mídia, potencial de participação em redes e comunidades e a especificidade do objeto de fandom e ainda reputação e prestígio aparecem como importantes na constituição do fandom e na forma como se deve observar esses espaços.

Por fim, o artigo apresenta algumas limitações na convergência dos conceitos, dentre elas o caráter limitador do fandom em reconhecer a subjetividade dos sujeitos e a necessidade de regressar a outras perspectivas na antropologia e na etnografia em um potencial de triangulação onde o online e off-line se inter-relacionam em um processo multi-metodológico.

Referências

ABERCROMBIE, N.; LONGHURST, B. **Audiences**: a sociological theory of performance and imagination. London: Sage. 1998.

BARTHES, Roland. **O rumor da língua**. (Coleção Roland Barthes). 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

BOURDIEU, P. **Distinction**: a social critique of the judgement of taste, London: Routledge & Kegan Paul. 1984.

CICIONI, M. **Male Pair-Bonds and from wrong desire in Slash Writing'**, in: C. Harris (ed.) *Theorizing Fandom: Fans, Subculture and Identity*, Cresskill, NJ: Hampton Press, 1998.

DeCERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. Petrópolis, RJ: 3 ed. Vozes, 1998.

EVANS, William A. **The interperative turn in media research: innovation, interation, or illusion?** *Critical Studies in Mass Communication*, vol. 7 june , 147 – 148.1990.

FISH, Stanley. **Is there a text in the class?** The authority of interpretative communities. 12 imp. Cambridge: Harvard University Press, 1980.

FISKE, J. **The cultural economy of fandom**. In: L. A. Lewis (ed.) *The Adoring Audience*, London: Routledge, 1992.

GROSSBERG, Lawrence. Is there a fan in the house? the affective sensibility of fandom. In: LEWIS, L. A. (Org.) **The adoring audience: fan culture and popular media**. p. 50-65. 2003.

HILLS, M. **Fan cultures**, London Routledge. 2002.

JENKINS, Henry. Strangers no more, we sing: filking and the social construction of the Science fictions fan community. In: LEWIS, Lisa A. (Org.). **The adoring audience: fan culture and popular media**, p. 208-236. New York: Routledge, 1992.

JENSEN, Klaus e Karl Rosengren. **Five traditions in search of the audience**. *European Journal of Communication*, 5: 207-238. 1990.

JENSEN, Klaus Bruhn. **Qualitative audience research: toward an integrative approach to reception**. *Critical Studies in Mass Communication*, Vol. 4, nº 1, march 1987.

HALL, Stuart. Encoding/decoding. In: **Culture, Media, Language**. Working papers in Cultural Studies, 1972-1979. London: Hutchinson/ CCCS, 1980.

LINDLOF, Thomas R. Media audiences as interpretive communities. In: James Anderson (ed) *Communication Yearbook*, 1, Newbury Park, CA: Sage: 81 – 107. 1985.

LINDLOF, Thomas (ed.). **Natural audiences: qualitative research of media uses and effects**. Nonwood, New Jersey: Ablex Publishing Company, 1987. In: BECKER, Howard, McCALL, Michal M. (eds.). *Symbolic Interaction and Cultural Studies*. Chicago: The University of Chicago Press, 1988.

MCKINLEY, E. G. Berverly ly Hills, 90210: **Television, gender and identity**, Philadelphia: University of Pennsylvania Press. 1997.

MARX, Karl. **Introdução (Para a crítica da economia política)**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

RADWAY, Janice. **Reading the Romance: women, patriarchy and popular literature**. Chapel Hill: U of North Carolina P, 1984. Print.

SANDVOSS, Cornel. **Fans: the mirror of consumption**. Cambridge, MA: Polity, 2005.

SANDVOSS, Cornel (2013). **Quando estrutura e agências se encontram: os fãs e o poder**. Revista Ciberlegenda, Rio de Janeiro, vol 27, n 01.

SCHRODER, Kim. **Audience semiotics, interpretive communities and the “ethnographic turn” in media research**. Media Culture and Society vol.16, 337 – 347. (Sage: London, Thousand Oaks and New Delhi).1994.