

Cultura participativa: Um olhar de *insider* sobre o fã

Georgia Natalⁱ

Resumo: O texto visa tratar, de maneira breve, as fronteiras entre produtores e consumidores no âmbito da cultura do fã. Aborda criticamente a forma de desenvolvimento das pesquisas acadêmicas em relação a este tema e promove uma visão de *insider* a respeito dos processos de participação e engajamento deste fã na cultura *pop*.

Abstract: The text seeks to briefly address, the boundaries between producers and consumers in the fan culture. Critically addresses the way of academic research is being developed about this subject and promotes an inside vision about the processes of participation and engagement of the fan in pop culture.

Palavras-chave: Fã, cultura *pop*, cultura participativa.

Key words: Fan, pop culture, participatory culture.

Fans, Bloggers and Gamers de Henry Jenkinsⁱⁱ, obra não traduzida para o português, é uma coleção de artigos feitos entre 1992 e 2006, anos do lançamento de seus outros dois livros *Textual Poachers* (1992) e *Convergence Culture* (2006), que formulam o entendimento do autor a respeito da indústria da mídia e seus consumidores. Mapeiam a progressão de seus estudos no que tange as teorias de recepção e apropriação abordadas em *Textual Poachers* (1992), para teorias de audiência participativa e inteligência coletiva, que influenciaram *Convergence Culture* (2006). Artigos que segundo Jenkins:

representam diferentes experimentos em como negocio minhas múltiplas identidades como fã e acadêmico; e representam meus esforços para empurrar estas ideias para novos espaços além do gueto das livrarias universitárias ⁱⁱⁱ (JENKINS, 2006, p. 2)

Esta citação resume a tentativa do autor em unir a linguagem e a teorização acadêmica ao discurso do fã. Escrevendo um texto intenso e emocionalmente engajado, Jenkins assume sua postura e condição de *insider* e tenta adequar o uso de termos e ideias que denotam emoção e afeto à academia. A introdução do livro intitulada

Confissões de um *Aca/Fan*^{iv} já nos dá uma prévia ideia do tipo de olhar que o autor usa para estudar seus objetos. Começando o livro com as frases “Olá. Meu nome é Henry. Eu sou um fã^v.”, Jenkins deixa claro que tem consciência e honestidade para assumir que o que sabe sobre a cultura do fã é a partir de dentro, de sua própria vivência. Fala com paixão e de forma pessoal sobre seus objetos. Sua metodologia de trabalho é executada a partir da visão de um *Aca/Fan*, um fã acadêmico. Em momento algum, sua pesquisa é vista com afastamento e sim permeada por discursos e exemplos vivenciados nas comunidades de fãs das quais participa. O autor escreve sobre a experiência de ser fã como uma fonte de ativa participação e produção de conteúdo e de sentido. Não vê o fã como audiência passiva, argumenta que estes fãs contestam o conteúdo das mídias, adaptando, modificando e contribuindo através de sua participação.

O livro é dividido em três partes. A primeira, chamada de *Inside Fandom*, fala sobre a cultura do fã na era pré-digital e principalmente sobre os aspectos poéticos e políticos de sua produção cultural. Esta parte é aberta com uma entrevista de Henry Jenkins com Matt Hills^{vi}, onde estes discutem os conceitos, categorias, o histórico e os dilemas metodológicos dos estudos sobre fãs. Fazem uma interessante analogia entre o fã, a mitologia e a religião. Debatem sobre a fé que os fãs depositam em determinados personagens ou universos narrativos, extraíndo valores “bons” ou “ruins” e usando de linguagem por vezes religiosa quando escrevem ou verbalizam sobre seus objetos de adoração. A entrevista, como outras várias partes do livro, fala da mudança nos estudos sobre fãs, antes focados na visão de fora, de pesquisador não participante, para uma visão de aproximação com o objeto de estudo, descrito de forma a representar emoções e experiências vividas para linguagem acadêmica.

A seguir Jenkins apresenta um de seus primeiros e mais reproduzidos artigos, *Star Trek Rerun, Reread, Rewritten*, que traz uma rica descrição da comunidade de fãs do *Star Trek*^{vii} e define a cultura do fã como “habilidade de transformar uma reação pessoal em uma interação social, cultura de espectador em cultura participativa^{viii}” (JENKINS, 2006, p. 41). Com esta citação entendemos como Jenkins introduz o conceito de apropriação do texto midiático, posteriormente transformado em livro

(*Textual Poachers*, 1992) e mostra as tensões entre os produtores de cultura popular e os fãs que transformam e modificam estes textos. *Normal Female Interest in Men Bonking* é o artigo no qual o autor escreve sobre um gênero de produção feita pelos fãs, chamado de *slash stories*, onde são contadas histórias românticas e homossexuais entre personagens extraídos de séries de televisão, revistas em quadrinhos ou da ficção popular. Com isso Jenkins quer apontar para a importância de reconhecer que os fãs são teóricos competentes de suas próprias práticas, mostrando as diferenças na forma em que acadêmicos e fãs falam sobre esta cultura.

A segunda parte do livro, *Going Digital*, fala do impacto que as tecnologias digitais causaram na vida das pessoas e qual foi o processo pelo qual os fãs aprenderam a usar os novos artefatos midiáticos para incrementar, expandir e aumentar a visibilidade de seus fãs-clubes ou de suas comunidades de fãs. Começa com o artigo *Do You Enjoy Making the Rest of Us Feel Stupid?* e apresenta um exemplo de etnografia virtual, feita para mostrar as mudanças de discurso e as novas apropriações que as tecnologias digitais trouxeram. Mudanças contextualizadas no artigo seguinte, *Interactive Audiences*, que usa o conceito de inteligência coletiva de Pierre Levy^{ix} para explicar e descrever as comunidades de fãs na rede, apontando para o fato de que são locais de acúmulo de conhecimento. Compara a forma tradicional de produção e transmissão da informação com as novas práticas proporcionadas pelas tecnologias digitais, chamando atenção para o fato de que esta nova inteligência coletiva é um conjunto de fontes de informação e seus membros agregam seu conhecimento criando algo recontextualizado onde qualquer *bit* de informação adquire mais valor através da interação social. Esta discussão nos faz pensar não só sobre as comunidades de fãs, mas sobre todos os tipos de processos participativos na rede, bem como no capital emocional^x acumulado nessas comunidades.

Na terceira parte, *Columbine and Beyond*, o autor aborda os debates acerca dos tiroteios em Littleton, Colorado, especialmente no que concerne ao impacto da cultura *pop* nos adolescentes e na censura ao uso dos computadores e *videogames*, considerados responsáveis e associados ao comportamento violento que gerou tal atentado. Jenkins

trata este assunto lembrando que não devemos pensar qualquer audiência como passiva e sim capaz de discernir e interpretar o significado dos textos midiáticos. Com esta afirmação não faz sentido pensarmos que a consequência de jogar um jogo violento seja a prática da violência em si. A questão para o autor, referindo-se a qualquer interação midiática, especialmente as de entretenimento, está no significado. Os efeitos provocados por estas mídias não são ditados, são uma questão de como o espectador as apreende. Jenkins argumenta que para entendermos os efeitos de qualquer peça midiática devemos focar onde e como é feita a produção de sentido. A cultura participativa explorada no livro no conceito do autor é a participação ativa no consumo e na produção de diversos significados para um determinado texto midiático. Enfim, *Fans, Bloggers and Gamers* é uma progressão dos pensamentos do autor sobre a condição do fã e um bom exemplo de como trazer opiniões pessoais e uma visão de *insider* aos textos acadêmicos.

Referência Bibliográfica

JENKINS, Henry (2006). *Fans, Bloggers and Gamers: Exploring Participatory Culture*. New York: New York University Press, 279 p.

ⁱ Mestranda em Comunicação e Linguagens da UTP, com pesquisa em andamento sobre construção de identidades e perfis de consumo adolescentes na internet. E-mail: ggnatal@homail.com.

ⁱⁱ Henry Jenkins é o diretor do MIT Comparative Media Studies Program e do Peter de Florez Professor of Humanities. Ele é autor e/ou editor de nove livros que falam de aspectos da mídia e cultura popular incluindo *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, *Hop on Pop: The Politics and Pleasures of Popular Culture* and *From Barbie to Mortal Kombat: Gender and Computer Games*. Seus últimos livros são *Convergence Culture: Where Old and New Media*, este traduzido para o português com o título de *Cultura da Convergência*, *Collide* and *Fans, Bloggers and Gamers: Exploring Participatory Culture*.

ⁱⁱⁱ Tradução da autora: “they represent different experiments in how I negotiate my multiple identities as a fan and scholar; and they represent my efforts to push these ideas into new spaces beyond the university bookstore ghetto.”

-
- iv Tradução da autora: Confessions of an Aca/Fan. Aca/Fan é a abreviação de academic and fan, acadêmico e fã na tradução da autora.
- v Tradução da autora: “Hello. My name is Henry. I am a fan”
- vi Matt Hills é editor da revista *Intensities: Journal of Cult Media* e autor do livro *Fan Cultures*, 2002, além de professor na escola de jornalismo, mídia e comunicação da Universidade Cardiff.
- vii *Star Trek* (no Brasil Jornada nas Estrelas) é uma marca de ficção científica estadunidense criada pelo roteirista e produtor Gene Roddenberry na década de 1960. O universo ficcional de *Star Trek* é o cenário de seis séries televisivas, dez filmes para o cinema, centenas de livros, romances, desenho animado, enciclopédias, dicionários e textos científicos.
- viii Tradução da autora: “Ability to transform personal reaction into social interaction, spectatorial culture into participatory culture”.
- ix Resumidamente, inteligência coletiva para Levy é um conceito surgido a partir dos debates promovidos sobre as tecnologias da inteligência, caracterizado por um novo tipo pensamento sustentado por conexões sociais que são viáveis através da utilização das redes abertas de computação da Internet. Levy vê a sociedade contemporânea passando por um momento transitório em que as novas estruturas de mídia têm o potencial de transformar o conhecimento e as relações de poder, para ele a Internet promove novas formas de cidadania, agregação e transmissão da informação.
- x Entende-se aqui por capital emocional o conceito que Henry Jenkins usa em seu livro *Convergence Culture*, 2006. Resumidamente, é a contribuição e colaboração vinda dos consumidores que reforçada por laços sociais promove um relacionamento entre produtor e consumidor transformando-se em reputação. Esta reputação é resultado da força colaborativa dos fãs-consumidores que promovem certas marcas ou textos midiáticos, apropriando-se e produzindo sentidos diversos aos conteúdos originais.