

A criação de comunidades online de fãs: um estudo da série britânica “Doctor Who”¹

Thaís de Auxílio²

Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP

RESUMO

O artigo mapeia a formação de comunidades online de fãs brasileiros da série britânica de ficção científica Doctor Who, exibida no Brasil desde março de 2012 pela TV Cultura de São Paulo. A partir de uma pesquisa empírica realizada antes do início da exibição em TV aberta, foi possível observar de que maneira a comunidade de fãs estruturou-se progressivamente a partir de vínculos exclusivamente online, quando a série era praticamente desconhecida no Brasil. A partir de estudos teóricos sobre a cultura dos fãs desenvolvidos, entre outros, por John Fiske e Henry Jenkins, o artigo delinea esse processo de formação e as práticas mais comuns específicas dessa subcultura.

PALAVRAS-CHAVE: Doctor Who; fandom; cultura da convergência; subcultura; cosplay.

Introdução

O presente artigo tem como objetivo delinear alguns aspectos da formação da comunidade de fãs brasileiros da série televisiva britânica de ficção científica Doctor Who. Observa-se, sobretudo, a construção de vínculos identitários entre eles, e como essa comunidade foi formada *antes* do início da exibição do programa em TV aberta no Brasil. O trabalho é parte de uma pesquisa de pós-graduação em andamento. Os dados utilizados são parte dessa pesquisa.

A produção midiática da cultura de massas do século XX já havia criado as condições para a formação de comunidades ativas de fãs. Séries de televisão, músicas, filmes e times de futebol sempre despertaram o interesse da audiência. Esses produtos midiáticos reuniram os

¹ Trabalho apresentado no DT 6 – Comunicação e Culturas Urbanas do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Aluna do Curso de Pós-Graduação Lato Sensu da Faculdade Cásper Líbero, email: thais.aux@gmail.com.

aficionados em grupos de pessoas com os mesmos interesses, que têm práticas comuns voltadas à “adoração” de seus objetos.

No entanto, a partir do advento da internet, essa dinâmica se transformou, e ficou mais fácil encontrar pessoas com gostos em comum, em nível mundial. Assim surgiram as comunidades online de fãs. O nome dado a uma comunidade de fãs é “fandom”, do inglês “fan kingdom” (“reino dos fãs”). Para Henry Jenkins (2006, p.40),

Fandom é um veículo para grupos subculturais marginalizados (mulheres, jovens, gays, e além) para abrir espaço para seus consentimentos culturais dentro das representações dominantes; fandom é uma forma de apropriação de textos da mídia e relê-los de forma que sirva a variados interesses, uma forma de transformar a cultura de massa em cultura popular.

Doctor Who foi criada pela BBC. Trata-se da história de um alienígena que se auto-intitula “O Doutor” e leva companheiros para viver aventuras em diversos planetas, inclusive a Terra, no passado, no presente e no futuro em sua máquina do tempo. A série entrou para o Guinness – O livro dos recordes como a série que está há mais tempo no ar – 48 anos - e portanto, está enraizada na cultura britânica. No entanto, fora do Reino Unido, Doctor Who não era conhecido em larga escala. A partir de 2011, dois episódios da sexta temporada da série foram gravados nos Estados Unidos. Dessa forma, a BBC America conseguiu projetar o sucesso da série para fora da Europa – com reflexos no Brasil, a ponto da série começar a ser exibida pelo canal aberto TV Cultura a partir de 19 de março de 2012.

Método de pesquisa

A pesquisa desenvolveu-se da seguinte forma: identificou-se a comunidade Whovians-SP no Facebook como ponto de partida para encontrar fãs brasileiros da série. A comunidade foi criada por Aline Delmonte, entrevistada pela pesquisa, para reunir o maior número possível de fãs da série do estado de São Paulo. No momento do início da pesquisa, o grupo tinha 277 membros (154 do sexo feminino e 120 do masculino). Dessas, foram escolhidas 42 pessoas que participavam mais ativamente da comunidade, através da postagem de vídeos e imagens, além de discussão da mitologia da série.

Foram selecionadas 42 pessoas para responder um questionário semi-aberto com oito perguntas, para identificar o grau de envolvimento com a série. Esse questionário foi enviado e respondido via e-mail na primeira fase da pesquisa. As perguntas eram: Quando e como você conheceu a série Doctor Who; Você tem produtos de Doctor Who? Quais; Como tomou conhecimento da comunidade Whovians-SP? Há quanto tempo participa; Como você descreveria sua participação e atividades na comunidade Whovians-SP; Você já indicou a série para alguém; Como você se relaciona com outros fãs de Doctor Who? (MSN, Facebook, Twitter, etc); Você pratica alguma dessas atividades? Cosplay, fanfiction, fanart, fanvídeo, fansite, fã-clube/outros (citar); Você participa de outros fóruns? Quais?

A partir das respostas dos questionários, foram identificadas as pessoas mais envolvidas com a série. O critério principal foi referente às práticas de cosplay, fanfiction, fansite, entre outros. Assim, 11 pessoas participaram da segunda fase da pesquisa, feita presencialmente com moradores da capital e via Skype com dois membros que moram no interior, onde eles responderam a um questionário aberto com perguntas mais detalhadas sobre seu engajamento com a série: quanto tempo passam se dedicando a ela, a cultura material (produtos oficiais e não-oficiais), há quanto tempo conhece a série, se indicou para amigos, em que práticas estão engajadas, entre outras. A partir dessas respostas, foi possível avaliar o grau de envolvimento dos membros da comunidade brasileira de fãs de Doctor Who.

A formação da comunidade de fãs brasileiros de Doctor Who

O estudo investiga como se deu o sucesso da série no Brasil. A princípio, uma das hipóteses para que isso tivesse acontecido era a circulação de gifs no Tumblr, após a série se tornar sucesso nos Estados. Acreditava-se que a circulação de imagens na internet, principalmente no site Tumblr, teria atraído a atenção dos brasileiros para a série, já que, nessa rede social, é possível “seguir” pessoas de todo o mundo. Portanto, os brasileiros teriam ficado curiosos com a circulação de gifs de Doctor Who e teriam ido pesquisar mais sobre a série.

Além disso, a crescente propagação de downloads de séries na internet também teria proporcionado o interesse dos brasileiros em Doctor Who. Hoje, é possível fazer downloads de séries do mundo inteiro, tornando-se já uma prática comum aqui no Brasil. Isso facilitou a entrada da série no Brasil, já que até então ela não era exibida na TV Cultura.

No entanto, após detalhada investigação, percebeu-se que a série já tinha alguns fãs adeptos por aqui, e essas hipóteses apenas potencializaram a formação do fandom. A primeira exibição da série Doctor Who no Brasil foi no canal de TV a cabo People and Arts entre os anos de 2006 e 2008. Essa foi a primeira vez que alguns dos primeiros fãs tiveram o primeiro contato com a série. Na primeira fase da pesquisa, 12 pessoas afirmaram terem conhecido a série através do canal People and Arts.

Apesar disso, a formação do *fandom* da série ganhou força apenas em 2011 no Brasil. Um dos maiores motivos apontados como fator de conhecimento da série foi “indicação de amigos”, com 13 pessoas respondendo essa opção. Foi através desse trabalho viral, “boca a boca”, pela internet ou ao vivo, que a série começou a ganhar um público maior no país. Outras formas de conhecimento da série foram: através de outra série (Sherlock e Torchwood, também da BBC), canais de YouTube com fanvideos e Tumblr.

A circulação de gifs no site Tumblr (www.tumblr.com), como relatado por algumas pessoas entrevistadas para essa pesquisa, também contribuiu para atizar a curiosidade do público. Através dele, o usuário pode compartilhar imagens, textos, áudio e vídeo de sua preferência, e o tema Doctor Who era recorrente quando da exibição da sexta temporada nos canais BBC e BBC America. Esses usuários passaram a buscar mais informações sobre a série na própria internet e “baixaram” os episódios através de downloads na rede.

O papel dos sites de fãs na formação das comunidades

A partir dessa busca por novas informações sobre a série, seja o primeiro contato pelo canal People and Arts, Tumblr ou indicação de amigos, os fãs chegaram aos fãs-sites da série no Brasil através do Google. Eles tiveram papel fundamental na divulgação da série para os fãs brasileiros e na formação da comunidade articulada desses fãs.

Um site de fãs, ou “fã-site” é um website criado com a intenção de fornecer informações sobre um assunto específico para fãs que querem saber novidades sobre ele. Ele pode ser visto como o substituto do fanzine, que surgiu nos anos 1960 com fãs da série Star Trek, onde eles publicavam notícias e criavam histórias paralelas a respeito do universo da série como personagens, cenários e situações.

O papel dos fã-sites de *Doctor Who* é fundamental para entender o surgimento fandom brasileiro. O primeiro site de Doctor Who de que se tem notícia é o Universo Who (www.universowho.com.br). Durante dois anos, essa foi a única fonte de informações sobre a série para brasileiros.

Os organizadores do site Universo Who perceberam que muitos leitores expressavam a vontade de se encontrar ao vivo para trocar ideias e teorias com outros fãs. Por isso, organizaram o primeiro encontro dos fãs da série, que se auto-denominam whovians, na cidade de São Paulo. Esse encontro foi articulado com outro fã-site de Doctor Who, o Whovians (www.whovians.com.br). Um representante de cada site estava presente no evento, que aconteceu no Parque do Ibirapuera em junho de 2011. O encontro foi divulgado nos dois fã-sites e contou com a participação de cerca de trinta pessoas.

A partir desse encontro, a representante do site Whovians, Aline Delmonte (uma das entrevistadas na pesquisa) decidiu criar a comunidade “Whovians-SP” no Facebook, para marcar futuros encontros e reunir pessoas interessadas na série. Foi o ponto de partida do fandom brasileiro da série. Ela criou a comunidade “porque as pessoas precisavam de um lugar na internet para conversar sobre a série”. A interface dos fã-sites e suas caixas de comentários, além do site Tumblr, não eram suficientes para os fãs se articularem de forma devida. Esse espaço foi encontrado no Facebook, mais especificamente no grupo chamado Whovians-SP, a princípio para fãs da cidade de São Paulo. Depois desse, surgiram grupos de outros estados do Brasil, além de uma comunidade para todo o país, intitulada “Whovians BR”.

Na comunidade Whovians-SP, os fãs discutem teorias, compartilham imagens e vídeos relacionados à série, combinam encontros presenciais, entre outras atividades comuns entre fãs. Os laços criados na comunidade virtual estendem-se à vida real, e muitas pessoas afirmam que conheceram seus melhores amigos de hoje em dia graças à série e à comunidade.

As práticas dos fãs brasileiros de Doctor Who

Para John Fiske, a cultura de fãs deve ser entendida não em termos de recepção, mas sim de produtividade. Isso porque os fãs são produtores de uma cultura alternativa que, segundo

ele, podem ser divididas nas categorias enunciativas, textuais e semióticas. Quanto às práticas textuais, Fiske afirma que

“Fãs produzem e circulam textos entre si que são construídos a partir de valores tão altos quanto aos da alta cultura. As diferenças-chave entre as duas são mais econômicas do que em termos de competência, já que os fãs não escrevem ou produzem textos por dinheiro; de fato, sua produtividade geralmente custa a eles” (p.39, *Adoring Audience*).

A produtividade textual dos fãs de Doctor Who no Brasil se concentra nas práticas de cosplay, fanfiction e fã-sites como principais. Adriana Amaral (2008, p.1) define cosplayers como

uma subcultura por representarem uma nova corrente cultural que agrega pessoas guiadas por afinidade de gostos relativos ao que eles consomem, sejam roupas, comportamento, referências estéticas, distinguindo-os dos demais.

A prática de cosplay no fandom de Doctor Who se caracteriza em termos de estilo, ou seja, o fã escolhe um personagem de que gosta e veste-se como ele. Vale dizer que isso só acontece durante eventos como piqueniques, encontros e convenções de fãs. Nas entrevistas, 11 pessoas afirmaram que se dedicam à prática de cosplay em menor ou maior grau. Uma das entrevistadas, Aline Dalla Vecchia, afirmou: “Sou bem exigente, gosto de fazer o mais parecido possível e até aprendi a costurar para poder fazer as roupas do meu cosplay”. Isso mostra a dedicação à atividade do fandom e aos personagens da série.

Já a prática da fanfiction (“ficção de fã”), que é muito comum em países de língua inglesa, não faz tanto sucesso por aqui. Apenas 4 pessoas das 42 entrevistadas para essa pesquisa dedicam-se a essa prática. De acordo com Ana Carolina Webster, que escreve fanfictions de Doctor Who, “não existe cultura de fanfiction em português”. A barreira do idioma é sentida especialmente por fãs que não sabem falar e escrever em inglês. Ou seja, para ser um fanfic writer, é preciso saber falar inglês fluente. Segundo ela, há ainda outra razão para que as fanfictions não sejam escritas ou lidas em português: “o brasileiro não está

acostumado a ler”. Portanto, a produção de fanfictions de Doctor Who no Brasil é muito baixa se comparada à produção de países como Estados Unidos e Inglaterra, onde há incentivo à leitura e a cultura de fanfiction está mais enraizada.

Os fãs-sites também são uma prática bastante comum no fandom whovian no Brasil. Atualmente, há vários sites sobre a série em língua portuguesa, sendo que três pessoas entrevistadas nessa pesquisa fazem parte deles. Eles atuam como uma fonte de notícias sobre a série, disponibilizando artigos de opinião, fotos, vídeos e downloads. Um dos entrevistados da pesquisa, Renan Antunes, se dedica ao trabalho de traduzir vídeos e quadrinhos de Doctor Who para o site www.whovians.com.br. Para ele, o motivo para se empenhar nessas atividades “é por paixão pura, não tem mais nada que move a gente”. A tradução e legendagem de vídeos é conhecida como “fansubbing”. Como explica Henry Jenkins em *Fans, Bloggers and Gamers*, p. 165, “a legendagem amadora foi fundamental para o crescimento do fandom de anime no Ocidente. Se não fosse pelos fãs trocando informações entre o fim dos anos 1970 e início dos anos 1990, não haveria interesse e, animações japonesas como há hoje” (JENKINS 2006, p. 165).

Quanto às práticas enunciativas, Fiske afirma que “o estilo de cabelo ou maquiagem, a escolha de roupas e acessórios são uma forma de construção de identidade social e caracteriza os membros de uma comunidade de fãs particular” (p. 38, *Adoring Audience*). De fato, os fãs de Doctor Who também exercem sua paixão pelo objeto de adoração através de práticas enunciativas menos óbvias, como cortes de cabelo e roupas relacionados aos personagens da série, sem ser necessariamente caracterizado como cosplay. Todas essas práticas mostram o engajamento dessas pessoas na comunidade de fãs.

A importância da cultura material

Para os fãs brasileiros, uma das formas mais eficazes de provar sua dedicação à série Doctor Who é a cultura material, ou seja, os produtos que eles possuem relacionados à série. Esses produtos podem tanto ser oficiais como não-oficiais, tendo os primeiros mais importância do que os últimos. John Fiske afirma que

A acumulação de bens populares e de capital cultural oficial são assinaladas materialmente por coleção de objetos – obras de arte,

livros, discos, memorabilia e efemeridades. Fãs e groupies são colecionadores ávidos, e a coleção cultural é um ponto onde os capitais econômico e cultural convergem. (p.43, Adoring Audience).

A coleção de objetos da série, portanto, determina o grau de dedicação ao fandom e também funciona como reconhecimento do grupo. Ou seja: quanto mais objetos a pessoa possui, mais ela prova que é fã verdadeiro da série.

Além da coleção de objetos oficiais, há também a valorização do conhecimento da mitologia da série. Quanto mais detalhes se sabe sobre o roteiro e os acontecimentos da série, mais fã você é. Conhecimento sobre os bastidores da série, e principalmente do período da série clássica, também é um fator que define o grau de dedicação e envolvimento. Ou seja: quanto mais você sabe sobre a série, mais fã você é. Essa acumulação de capital cultural está relacionada ao grau de envolvimento do fã com a série. Fiske (1992:43) diz que “os experts – aqueles que acumularam mais conhecimento – ganham prestígio dentro do grupo e atuam como líderes de opinião. Conhecimento, assim como dinheiro, é sempre uma fonte de poder”.

As conversas de fãs geram a circulação de certos significados dentro da comunidade. Um dos maiores prazeres de ser fã de alguma coisa são as conversas que isso produz. De fato, muitos fãs responderam a pesquisa dizendo que apenas indicaram a série para ter com quem discutir a mitologia e elaborar teorias acerca da trama. O prazer do fã reside em fazer parte de uma comunidade, onde ele pode discutir sobre a série e demonstrar sua dedicação a ela, através da sua produtividade e da sua cultura material. Essas atividades não visam o lucro financeiro, e sim a convivência dentro dessa comunidade.

Conclusões finais

O fandom brasileiro da série britânica de ficção científica Doctor Who começou a ser formado em 2011, quando a série começou a ganhar destaque nos Estados Unidos através da exibição na BBC America. Com isso, houve uma explosão da circulação de gifs (imagens) sobre a série no site Tumblr (www.tumblr.com), despertando assim a curiosidade dos brasileiros em relação à série.

Os fãs brasileiros sobre a série tiveram papel fundamental na formação desse fandom, através da organização de eventos presenciais, onde as pessoas puderam fortalecer os laços e encontrar interesses em comum. A partir daí, foi criada a comunidade Whovians-SP no Facebook com a finalidade de marcar novos encontros e discutir mais sobre a série. Essas pessoas conheceram a série por vários meios, sendo os mais importantes através do canal de TV a cabo People and Arts e indicação de amigos.

Esses fãs dedicam-se a atividades como cosplay, fanfiction, fãs-sites e fãs-clubes, entre outras, dedicando parte do tempo de suas vidas a essas práticas. Eles gostam de se vestir como seus personagens (cosplay), vivendo-os por um dia, além de desenvolver histórias paralelas sobre eles através de fanfictions. Há ainda pessoas dedicadas a manterem fãs-sites que oferecem notícias sobre a série, além da distribuição de materiais como vídeos, livros, áudios e quadrinhos legendados em português.

Os fãs de Doctor Who valorizam também a cultura material, ou seja, gostam de adquirir produtos relacionados à série, como camisetas, action figures, DVDs, chaveiros, adesivos, adereços, entre outros, aumentando assim o seu capital social dentro do grupo.

Além disso, existe a valorização do conhecimento da trama da série como forma de se tornar líder de opinião dentro do grupo. Ou seja, quanto mais se conhece a mitologia da série, mais se ganha o respeito dos outros membros do grupo.

REFERÊNCIAS

- ABERCROMBIE, N. & LONGHURST, B. **Dictionary of media studies**. Londres: Penguin. 2007.
- AMARAL, A., DUARTE, R. A subcultura cosplay no Orkut: comunicação e sociabilidade online e offline. In: S.BORELLI, J.FREIRE FILHO (orgs). **Culturas Juvenis no século XXI**, São Paulo, EDUC, p.269-288. 2008.
- FISKE, John. The cultural Economy of fandom. In: **Adoring Audience: fan culture and popular media**. Nova Iorque: Routledge, Chapman and Hall, 1992.
- JENKINS, Henry. **Fans, bloggers and gamers**. NY: New York University Press, 2006.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Editora Aleph. 2009.

THORNTON, Sarah. **Club cultures. Music, media and subcultural capital.** Connecticut: Wesleyan University Press, 1996.