



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Subcultura ou Fandom? Apontamentos Introdutórios Para Início De Pesquisa¹

Giovana Santana Carlos²

Gabriela Gelain³

Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Resumo

Este artigo busca apresentar opções teórica-metodológicas para investigações científicas de comunidades interpretativas ou grupos urbanos e juvenis. Introduzindo uma visão geral dos estudos de fãs e dos subculturais, destacamos conceitos, temáticas e metodologias mais recorrentes nesses estudos, para que possam ser pensados e adaptados a objetos empíricos na realidade brasileira a partir dos apontamentos apresentados. Através de nossos percursos acadêmicos na Comunicação e da demarcação de cada estudo, seus limites e vertentes, construímos um panorama geral de referências para ajudar pesquisadores a definir seu foco teórico e encontrar seus objetos em suas pesquisas.

Palavras-chave: fandom; subcultura; fãs; culturas juvenis; pesquisador *insider*.

Introdução

Enquanto os estudos de subcultura datam dos anos 1960, os estudos de fãs surgem cerca de três décadas depois. O primeiro nasceu a partir das novas culturas juvenis emergentes após o final da segunda Guerra Mundial na Europa, em contestação à cultura dominante da época, enquanto o segundo, a partir da discussão sobre um público passivo versus público ativo nos Estados Unidos e Europa, sendo o fã diferenciado pelo engajamento com a indústria midiática e seus textos. A princípio parece clara a distinção entre ambos: enquanto nos estudos de fãs percebemos uma relação mais direta com as indústrias culturais, as subculturas não necessariamente se estabelecem por meio de relações através dessa indústria, sendo atreladas mais às questões de classe social, identidade e estilo. Com a complexidade contemporânea das relações humanas, especialmente mediadas por tecnologias (tradicionais e digitais) que facilitam criação, compartilhamento e consumo de conteúdos, assim como

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 02 Comunicação, Consumo e Identidade, do 7º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 10 e 11 de outubro de 2018.

² Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Bolsista CNPq. E-mail: giovanacarlos@hotmail.com

³ Mestra em Ciências da Comunicação Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Graduação em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Integrante da Kismif Conference. E-mail: gabrielagelain@gmail.com



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

interações entre diferentes níveis sociais, não é incomum a falta de clareza, confusões e incertezas ao definir as comunidades estudadas.

A ideia para este artigo surgiu através de nossas experiências acadêmicas e tenta esclarecer a confusão que podemos cometer entre os dois estudos. Em 2016, nos encontramos para unir nossos conhecimentos (estudos de subcultura e estudos de fãs) com o objetivo de escrever um artigo sobre fanzines punk brasileiros⁴ analisando seus conteúdos imagéticos e textuais para o Comunicon. Sendo o fanzine um produto, geralmente, atrelado à produção de fãs, parecia óbvio que encontraríamos uma ligação entre nossas expertises na relação do punk enquanto gênero musical e, portanto, uma interação mais direta entre músicos, música e fãs. Ao nos depararmos com os conteúdos, entretanto, nossas hipóteses caíram: o que encontramos foram discursos contra o capitalismo e poderes hegemônicos, ligados à ideologia punk ao invés do que esperávamos, isto é, relações midiáticas entre fãs e bandas, como críticas de álbuns ou shows. Essa situação também nos levou a debater como decidimos seguir em nossas pesquisas no mestrado em diferentes programas de Comunicação, pois ambas questionamos por qual estudo enveredar. Enquanto Carlos (2011) estudou os otakus brasileiros na prática de *scanlation*, Gelain (2017) focou em na subcultura punk e feminista Riot Grrrl no Brasil. Ambas optamos por seguir diferentes caminhos devido às nossas problemáticas e objetivos de pesquisa: Carlos baseou-se nos estudos de fãs, uma vez que o foco era numa prática em que leitores de mangás se organizam, traduzem e editam os quadrinhos japoneses pela internet e disponibilizam gratuita e ilegalmente para os outros leitores, pois se tratavam de leitores fãs buscando disseminar os mangás no país; Gelain, com o objetivo de entender o que as mulheres dizem sobre a atualização da subcultura Riot Grrrl no Brasil, optou pelos estudos de subcultura. Embora pudéssemos basear nossas dissertações em ambos os estudos, foram nossos objetivos que determinaram qual era o melhor embasamento teórico.

Entendendo as dúvidas dos pesquisadores que iniciam sua investigação com grupos ou comunidades, apresentamos a seguir um breve panorama dos estudos de subculturas e de fãs, partindo de suas histórias e conceitos, direcionando às temáticas recorrentes e novas, apontando as principais metodologias e algumas considerações para os primeiros passos de pesquisa.

⁴ "Fanzine e subcultura punk: produção, consumo e identidade na cena brasileira". Disponível em: http://anais-comunicon2016.espm.br/GTs/GTPOS/GT2/GT02-GIOVANA_CARLOS.pdf



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Os Estudos de Subcultura

As Subculturas são grupos que surgem após a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), quando as mudanças na sociedade levaram jovens a se rebelarem contra os modos dominantes impostos. A Subcultura é bastante utilizada nas áreas da Antropologia, da Sociologia e dos Estudos Culturais, e vem sendo, aos poucos, trabalhada também na área da Comunicação. Muitas vezes, o "Sub" é questionado como se designasse uma "cultura inferior", porém tem relação aos valores, crenças e estilos de vida de uma minoria dentro da sociedade – e neste primeiro momento, os investigadores consideravam que as subculturas surgiam em decorrência da classe social em que se encontravam.

Os primeiros grupos estudados pelos subculturalistas foram os garotos e as garotas da Grã-Bretanha de classe média. Assim, a noção de pertencimento dos jovens britânicos do pós-guerra foi fragmentada, fragilizada e logo manifestaram ideologias e criaram valores e espaços comuns das classes operárias (classes pobres), ou seja, houve uma reconfiguração de sua identidade cultural na época. Embora as subculturas não sejam grupos privilegiados, também não ficam fora de um circuito de produção (como o DIY⁵) e de uma reprodução da totalidade social (HEBDIGE, 1979; ABRAMO, 1994; HALL e JEFFERSON, 1976) como, por exemplo, os punks que reproduzem o machismo dentro de seu grupo que se afirma antissexista, discussão que leva ao surgimento da Subcultura punk feminista Riot Grrrl (GELAIN, 2017).

Nos anos 1970, ao analisar as Subculturas, os pesquisadores dos Estudos Culturais do *Center for Contemporary Cultural Studies* (CCCS), da Universidade de Birmingham, desenvolveram investigações reinterpretando a definição e o significado destes grupos. Assim, problematizaram a noção de que as culturas juvenis eram referentes à cultura da classe social da qual seu grupo era originário – e estes grupos se formariam necessariamente por jovens pobres e de classes médias (De BARROS, 2007). Deste modo, explicaram as Subculturas como conjuntos menores dentro das culturas de classe social (ou cultura dos pais), em uma rede cultural maior. Assim, as Subculturas devem ser observadas em relação à cultura dos pais, depois à dominante, e, quando são diferenciadas por idade e

⁵ O DIY ou Faça Você Mesmo é o modo como os indivíduos punks encaram a sua produção (enquanto produtores) e consumo a partir desta ética/filosofia de vida: se ninguém faz, façamos. Ou seja, enfatizam que podem eles(as) mesmos(as) podem e devem produzir seus livros, zines, bandas, programas de rádio, distribuidoras de discos, etc. – sem depender de patrocínios, editoras ou empresas. Essa ética também pode ser observada em práticas de fãs, quando escrevem a continuação de uma obra original em uma fanfiction, por exemplo, ou quando legendam séries que não são lançadas no país.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

geração, podem ser chamadas de culturas juvenis (HALL; JEFFERSON, 1976). No entanto, a abordagem do CCCS foi criticada pela seletividade nas escolhas dos grupos investigados, como as Subculturas de classes sociais trabalhadoras (classes baixas).

A partir de 1990, teóricos de Birmingham questionaram esta justificativa classista e direcionaram suas análises para o conceito de “Pós-Subcultura” (MUGGLETON, 2000; BENNETT, 1999), na qual a questão de classe já não se apresenta de modo rígido ou imprescindível para refletir a questão dos indivíduos pertencerem à Subcultura. Ou seja, jovens de diferentes classes sociais podem ter reações contrárias à cultura dos pais. Esta reconfiguração para o conceito “Pós-Subcultura” é assinalada pela aprovação de que a Subcultura não é voltada, necessariamente, ao viés ideológico e de classe, mas, em muitos casos, para o estilo estético, de autoafirmação e onde os processos hoje também são de identificação e de uma busca de um significado individual nestas práticas subculturais (MUGGLETON, 2000; AMARAL, 2006; GUERRA, 2013).

Os temas mais recorrentes nos estudos Subculturais são grupos relacionados à geração jovem, identidades e estilos ligados à música (punk, cultura gótica e metal, por exemplo). Também existem estudos sobre consumo, moda, gênero e tribos digitais (COVA, KOZINETS, SHANKAR, 2007), *ethos Do It Yourself* (DIY), vida hedonista (mods), grupos étnicos, e existem estudos sobre os quartos de meninas adolescentes dos anos 1990 ou *Bedroom Culture* (LINCOLN, 2004), assim como o estudo de caso sobre Turistas e Viajantes (SWEETMAN, 2004). As questões de gênero também foram abordadas por pesquisadoras quando apontam a invisibilidade das mulheres nas pesquisas (MCROBBIE, 1980; MCROBBIE, GARBER, 1975; WELLER, 2005). Assim, há atravessamentos temáticos para outros caminhos empíricos que não apenas os musicais. Já com relação ao consumo, este surge como resistência política associada à teoria subcultural, pois as subculturas dos anos 1950 em diante eram vistas como consumidoras dos produtos do capitalismo - porém não de acordo com a expectativa dos produtores (EDGARD, SEDGWICK, 2003).

As Subculturas às vezes são colocadas como sinônimos de Culturas Juvenis e relacionadas à Neotribo e Tribo (MAFFESOLI, 1987; BENNETT, 1999), Cenas musicais (JANOTTI, 2012; GUERRA, 2010; PEREIRA DE SÁ, 2013; STRAW, 2013) e Contracultura (PEREIRA, 1992). Existem pontos em comum entre alguns desses conceitos, como: resistências, música, performance, questões estéticas, de pertencimento, de classe social, de crítica à cultura dominante, de estilo de vida e consumo cultural. Estes pontos em comum, muitas vezes, podem confundir os pesquisadores, que descobrem que a partir



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

da conceituação de Subcultura, surgem outros conceitos para pensar comunidades mais específicas ou ecléticas.

Enquanto o conceito de Cultura Juvenil se refere a jovens de distintos contextos na sociedade, a visão subcultural destaca a fragmentação dessa cultura em grupos menores e unidos, especialmente entre as linhas de classes sociais. Já o termo “Tribo” (MAFFESOLI, 1987) ou “Neotribo” (BENNETT, 1999) é usado para repensar as conexões entre gosto musical, estilo e juventude com o crescimento das críticas sobre os primeiros vieses subculturalistas. Bennett (1999) conseguiu mostrar este viés quando observou que o pertencimento Neotribal é relacionado a um leque de gostos, uma vez que o indivíduo pode se sentir conectado a mais de um estilo musical: “As Neotribos são, assim, uma configuração grupal mais fluida, mais transitória e objeto de uma fugacidade por parte dos seus membros, por contraposição às pertencas subculturais” (GUERRA, 2013, p. 117). Os estudos de Música Popular (HESMONDHALGH, 2005; FRITH e GOODWIN, 1980) também são vinculados aos subculturais, pois a Música Popular é muito importante na vida da cultura jovem, e nas décadas de 1960 e 1970 foram associadas comercial e discursivamente. A relação entre “Subcultura”, “Cena” e “Tribo” nos estudos de Música Popular e Culturas Juvenis já foi discutida no trabalho de Hesmondhalgh (2005).

Nos anos 1990, o conceito “Cena” começou a ser disseminado e usado por antropólogos, sociólogos e geógrafos com interesse em pesquisar espaços de produção e consumo essencialmente musicais. As Cenas são enquadramentos que afirmam territórios sonoros, delineamento de experiências e consumos culturais estruturados por sonoridades, nas quais os sujeitos se organizam em diferentes circuitos culturais (GUERRA, 2010; JANOTTI, 2012). O termo Cena Musical (JANOTTI, 2012; PEREIRA DE SÁ, 2013) também começa a ser utilizado para os estudos sobre música “e mais adequado do que o conceito de subcultura para expressar a existência de práticas expressivas e rituais em torno da música” (GUERRA, 2010, p. 441). No entanto, segundo Guerra, há autores que o utilizam para remeter a um espaço geográfico específico, enquanto outros o adotam para falar de um espaço cultural que transcenderia ao local.

Muitas vezes, os conceitos de Contracultura e Subcultura trazem dúvidas aos pesquisadores, embora em conteúdos de mídias alternativas como os fanzines, sejam tratados como sinônimos. A Contracultura pode se referir ao conjunto de movimentos de rebelião da juventude que marcaram os anos 1960: o movimento hippie, o rock, os mochilões (viagens), as drogas, o orientalismo, que são levados à frente com contestação por um outro modo de vida. As contraculturas da classe média são



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

difusas e individualizadas, ao passo que as subculturas são mais articuladas (EDGARD, SEDWICK, 2003; HALL, JEFFERSON, 1976; PEREIRA, 1992).

A seguir, apresentamos um breve panorama dos Estudos de Fãs, que se articulam com os Estudos de Subculturas. Embora as pesquisas de culturas de fãs originaram uma área própria, principalmente no que tange à Comunicação, dependendo da discussão teórica realizada, ainda podemos considerar culturas de fãs como subculturas.

Estudos de fãs

No cotidiano a palavra “fã” é usada para designar alguém que gosta muito de uma banda musical, uma série de TV ou mesmo alguma forma de arte como a literatura. Ao nos referirmos a um grupo de fãs, usamos a palavra “fandom”, que vem do inglês “fan” (fã) e “kingdom” (reino). Alguns fãs possuem denominações específicas, como os “whovians” para os fãs da série britânica de TV “Doctor Who”, “otakus” para fãs da cultura pop japonesa, “K-poppers” para os de música pop coreana, além da existência de expressões populares como “noveleira” para quem é fã de telenovelas.

Os primeiros usos do termo “fã” se deram no século XIX, no meio jornalístico, para designar torcedores de esportes e para frequentadoras de teatro (JENKINS, 1992), em que o tom dado a essas pessoas eram o do misantropo obsessivo e da massa de garotas histéricas (MONTEIRO, T., 2007). Atualmente, fãs são vistos como participativos e conectados, tanto no sentido comunitário quanto no uso da internet. Constituem uma multiplicidade de práticas, grupos, motivações tanto em nível pessoal (indivíduo) quanto grupal (comunidade). Além da participação, há imbricadas as dimensões de afeto, performance e identificação, moldando a identidade desse fã enquanto indivíduo. Não à toa, os estudos subculturais são ligados aos de fãs, assim como outros conceitos relacionados à participação de públicos, consumidores, audiências, usuários etc., tais como *prosumers* e influenciadores digitais, além de contribuírem para o surgimento de conceitos como “narrativa transmídia” e “cultura da convergência” (EVANS, STACI, 2014).

Os Estudos de Fãs (EF), consagrados na língua inglesa como *Fan Studies*, têm como data de origem 1992⁶. Neste ano, três livros foram lançados sobre fãs: “*Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*” de Henry Jenkins, “*Enterprising Women: Television Fandom and the Creation*

⁶ É importante destacar que apesar dos EF se consagrarem como tal a partir dos anos 1990, consumidores, públicos e audiências engajadas já eram abordadas em outras áreas, embora nem sempre sob o título de “fã” (CLICK, SCOOT, 2018). Na América Latina, por exemplo, os Estudos de Recepção deram conta de estudar principalmente audiências televisivas.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

of Popular Myth”, de Camille Bacon-Smith e a coletânea organizada por Lisa A. Lewis, “*Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*”. Enquanto Bacon-Smith apresenta sua pesquisa etnográfica sobre mulheres como audiência e fãs, “*Adoring Audiences*” traz diversos artigos sobre fãs e suas produções, em suas relações com a indústria, assim como a discussão de gênero nos fandoms.

Entretanto, a obra de Jenkins é a mais lembrada e citada, devido à sua teorização sobre fãs como “invasores de textos” (“*textual poachers*”). Através da metáfora do caçador nômade e suas táticas, pensada por Michel de Certeau, Jenkins adapta e elabora uma teoria para entender os comportamentos e práticas de fãs. Diferenciando-os de um público “comum”, o autor afirma a necessidade de uma abordagem específica para fãs, já que possuem a uma experiência mais aprofundada com o texto midiático. Como leitor, o fã dedica-se a reinterpretações e ressignificados constantemente. Há uma apropriação para a sua vida cotidiana, pois sua identidade cultural é construída a partir desse texto (GRECO, 2015).

Entre as discussões levantadas em seu livro, Jenkins (2015, p. 62) aponta a experiência coletiva do fandom, na qual a leitura do fã “é um processo social através do qual interpretações pessoais são moldadas e reforçadas através de discussões constantes com outros leitores”. E, mesmo em uma realidade diferente da atual, em que a internet e mídias digitais são presentes no cotidiano da maioria das pessoas, isto é, com essas tecnologias começando a ganhar força na década de 1990, Jenkins já descreve a aproximação dos fãs com os produtores da indústria. Com referências dos estudos culturais e de recepção, os fãs começam a ser estudados como audiência e ligados ao cenário midiático, numa discussão sobre audiência passiva versus audiência ativa, assim como o uso das mídias no cotidiano das pessoas (FORD, 2014). Atualmente, os EF concentram-se principalmente nos fãs de mídia, porém, há entrecruzamentos possíveis como o otaku, que pode ser analisado como subcultura, ao invés de fandom, assim como àqueles ligados à cultura nerd e geek, além de casos específicos como os fãs de futebol, que não necessariamente se ligam às mídias diretamente.

Na tentativa de traçar uma história dos EF, Bielby e Harrington (2007) e Gray, Sandvoss e Harrington (2018) descrevem os Estudos de Fãs em três ondas, salientando que elas podem se sobrepor – por isso escolhem “ondas”, ao invés de “fases”. Na primeira onda, destacam o surgimento dos EF nos anos 1990 e sua tentativa de legitimar os estudos mostrando fãs de forma não-patológica. O foco era nas práticas e apropriações de fãs e seus impactos na economia, relações afetivas na produção e organização de fãs e as lógicas dos fãs em comunidades, assim como a participação feminina em



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

fandoms específicos e o fã como crítico e produtor (MORALEJO, 2018). Nessa onda, apontam a preocupação com questões relacionadas a poder e à representação, já que o consumo de mídias de massa era visto como um lugar de disputas de poder, isto é, ser fã era visto como um ato de apropriação e subversão contra o poder dos produtores e mídia. Foi um momento em que pesquisadores faziam um trabalho político de tentar mostrar mais do que a comum ridicularização dos fãs, caracterizando essas pesquisas como ativistas, por isso os autores intitulam essa fase de “fandom é lindo”.

A segunda onda, move-se do paradigma de resistência/cooptação para assinalar a replicação de hierarquias sociais e culturais dentro dos fandoms na década seguinte. As escolhas dos objetos dos fãs e suas práticas manifestam seus capitais social, cultural e econômico. Além disso, fãs ganham evidência na grande mídia e passam a ser vistos como consumidores especializados. Ambos movimentos levaram a dois títulos para essa onda: “Fãs no mainstream” e “Culturas de fãs e hierarquia social” (BIELBY, HARRINGTON, 2007). Tanto os atos individuais de consumo como as interpretações das comunidades de fãs são impregnadas por suas condições sociais e culturais. Buscando entender quem e como são os fãs, os pesquisadores conseguiram mais mostrar do que não se trata um fandom, isto é, um espaço de autonomia e resistência. Na primeira onda, os fãs ficavam restritos a espaços como convenções de fãs, em mídias específicas como fanzine ou em produções de fãs como a fan fiction. Com a internet e tecnologias digitais, na segunda onda, ganham mais visibilidade, assim como aproximação com os produtores oficiais e as indústrias culturais.

A partir dos anos 2000, a terceira onda é marcada por mais empirismo do que conceitualização do que é ser fã, já que pode mudar bastante de fandom a fandom e conforme o tempo. O foco passa a ser nos prazeres intrapessoal e motivações entre fãs, resultando em um leque de abordagens psicanalíticas. Além de questões de classe e hegemonia no fandom, as abordagens questionam questões sociais, culturais e econômicas que demarcam o nosso tempo, culminando no título “Fandom e Modernidade”. Entendendo o consumo de fãs como um aspecto subestimado da comunicação e consumo moderno, os Gray, Sandvoss e Harrington (2018, p. 7) defendem que estudar fãs “nos ajuda a entender e encontrar desafios além do reino da cultura popular porque eles nos contam algo sobre como nós nos relacionamos conosco mesmo, entre nós, e como ler os textos mediados que nos cerca”. Assim, temos pesquisas focadas em comunidades e identidades. Não só o fã é abordado, mas os conflitos internos no fandom, o papel das produções dos fãs dentro do fandom (MORALEJO, 2018); o antifã que mais do que um *hater*, conhece o texto midiático como um fã, mas o odeia (MONTEIRO,



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

C., 2013); antagonismos, isto é, as disputas entre diferentes fandoms, além de outros tantos temas como o difícil trabalho de separar fãs e produtores na atualidade, quando mais e mais as linhas que separam fãs e indústrias se misturam (BOOTH, 2015).

Alguns temas que se destacam a partir dos anos 2010, são os de peregrinação e turismo (GODWIN, 2017); fandom transculturais e transnacionais (CHIN, MORIMOTO, 2013), em diversas questões como práticas ilegais, tais como legendagem de audiovisuais; questões que envolvem a materialidade (CARLOS, 2016), como colecionismo; performance e relação com celebridades (SOARES, MASCARENHAS, 2015); idadismo, isto é, fãs envelhecendo junto ao fandom (PETERSEN, 2017). Um tema bastante importante tem sido o lado político do fandom, tanto no sentido de participação política como no de mobilização social (AMARAL, SOUZA, MONTEIRO, 2015). De forma crítica, alguns estudos vêm discutindo a predominância de investigações sobre pessoas brancas e anglo-saxãs e a falta de afro-descendentes (WANZO, 2015), além do lado tóxico e machista do fandom (BUSSE, 2013).

Após os panoramas gerais dos Estudos de Subculturas e de Fãs, a seguir apresentamos as metodologias mais recorrentes e algumas considerações para os passos iniciais de pesquisa.

Metodologias e passos iniciais nos Estudos Subculturais e de fãs

Entre as principais metodologias, técnicas e categorias compartilhadas pelos Estudos de Subculturas e de Fãs estão: a etnografia, a netnografia ou etnografia virtual, o estudo de caso e observação participante; técnicas de entrevistas; e as categorias de análise de capital subcultural (THORNTON, 1995) e continuidade subcultural (HODKINSON, 2011; GELAIN, 2017). Além da etnografia (online ou off-line) como principal metodologia nos Estudos de Fãs, também são realizadas abordagens psicanalíticas e análises textuais (EVANS, STACY, 2014).

Devido à perspectiva etnográfica, a presença do(a) pesquisador(a) pode ser a de um *insider*, isto é, de alguém que pertence à comunidade estudada. Segundo Frago, Recuero e Amaral (2011), esse viés aumenta as opções na investigação, influencia na descrição e interpretação dos resultados da pesquisa, bem como no modo de narração, que pode aparecer em estilo confessional. Nos EF, Jenkins consagrou o termo “aca-fã” para descrever esse acadêmico que também é tanto fã como participante do fandom que investiga. É comum nesses estudos a apresentação de uma autoetnografia auto-reflexiva do(a) pesquisador(a) para falar abertamente de suas experiências, de forma a evitar noções de senso



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

comum, desafiar a academia e tratar os fãs não como “outros” (HILLS, 2002). Entretanto, Evans e Staci (2014, p. 16) apontam como desvantagens, e cuidados a se observar, “ao focar muito nos sentimentos individuais, e risco de não perceber as estruturas culturais maiores que interagem com esses sentimentos: de forma curta, pode ser difícil criticar a sua própria tribo – ou você mesmo, na verdade”.

Seja a investigação sobre fãs, subculturas, tribos ou culturas juvenis, é importante refletir sobre o tempo disponível de investigação. Para os pesquisadores *outsiders*, isto é, que não fazem parte da comunidade estudada, a questão do tempo é fundamental. Algumas culturas são mais próximas do cotidiano do(a) pesquisador(a) do que outras, e quanto menos conhecidas, mais tempo deverá tomar para conhecer seus elementos básicos, enquanto um *insider*, com conhecimento já de, pelo menos, parte desses elementos (se não de todos), pode focar em questioná-los diretamente ou encaminhar-se primeiramente para outras questões. Assim, por exemplo, nas pós-graduações, o tempo de um Mestrado favorece aos *insiders*, enquanto o tempo de um Doutorado, aos *outsiders*, já que há mais tempo para uma aproximação e mesmo o risco de não ser aceito pelas pessoas estudadas. Obviamente, dependendo dos objetivos de pesquisa isso pode se inverter.

Após o breve levantamento sobre subculturas e fãs apresentado, uma das primeiras considerações para a qual chamamos a atenção é buscar delimitar bem qual conceito será articulado na pesquisa. É importante ressaltar que independente do viés subcultural usado pelo pesquisador, este deve entender o conceito de subcultura e fãs, suas ramificações para sustentar seu argumento quando questionado do porquê de tal uso. Embora as subculturas sejam, atualmente, associadas em grande parte às culturas de pessoas jovens ligados à música, este conceito também pode ser aplicado a grupos étnicos, de gênero e sexuais - o que pode gerar confusões, principalmente na busca dos relacionados a subculturas ligadas à música. Ou seja, grande parte do conceito subcultural foi desenvolvido pela sociologia do desvio, referindo-se, por exemplo, à cultura de crimes e usuários de drogas. Portanto, torna-se importante, ao longo de uma pesquisa que utilize o conceito, esclarecer qual a ênfase de direcionamento sobre a escolha de usar o termo "subcultura". No caso dos fãs, é preciso delimitar o que o torna tal em comparação com o restante da audiência, espectadores, leitores etc., pois numa sociedade em que as mídias e relações humanas estão cada vez mais conectadas pelas tecnologias digitais e internet, engajamento e participação, se não forem especificados, já não dão conta de diferenciá-los de outros consumidores e produtores midiáticos.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Além disso, é preciso o cuidado na articulação da própria pesquisa com as pesquisas fundadoras e atuais sobre subculturas e fãs, pois muitas se debruçam em realidades estrangeiras, como as estadunidense e britânica, que diferem da realidade brasileira. É preciso pensar nos contextos do país aonde se localizam as comunidades analisadas: se a investigação é sobre brasileiros que estão no Brasil ou no exterior, ou estrangeiros no Brasil, é possível haver diferenças. Da mesma forma, chamamos à atenção para a questão de gênero, pois fazer parte de uma comunidade enquanto homem ou mulher, cis, trans ou queer, traz implicações especificadas que, se não forem abordadas, devem ao menos serem sinalizadas. Busse (2013) salienta que nos fandoms, por exemplo, enquanto fãs masculinos são vistos como ativos, intelectuais, agressivos e objetivos, as mulheres são vistas como passivas, sensíveis, emocionais e subjetivas, tendo seus interesses, espaços e formas de engajamentos menos ou nada considerados.

Para mais aprofundamentos sobre ambos os estudos, embora grande parte encontra-se em inglês, recomendamos busca de bibliografia nas seguintes revistas e eventos científicos. Na Subcultura, com enfoque na Música, sugerimos os encontros nacionais e internacionais da IASPM⁷ (*International Association for the Study of Popular Music*), a *Kismif International Conference*⁸ (Portugal), o GT de Estudos de Som e Música da COMPÓS⁹; o COMÚSICA¹⁰ (Congresso Nacional de Comunicação e Música), o Encontro Nacional de Música e Mídia¹¹ (Musimid). Na plataforma Facebook, há discussões interessantes entre pesquisadores da área no grupo *Subcultures, Popular Music and Social Change*¹². Há outros eventos acadêmicos, palestras e cursos sobre subculturas que podem ser encontrados em várias cidades da Europa¹³, como o colóquio *La scène Punk en France*¹⁴, em Paris.

Para os Estudos de Fãs sugerimos buscas nas revistas científicas: *Transformative Works and Cultures*¹⁵, *Journal of Fandom Studies*¹⁶ e *Journal of Audience and Reception Studies*¹⁷. No Brasil, há

⁷ Disponível em: <http://www.iaspm.net/>

⁸ Disponível em: <https://www.kismifconference.com/pt/>

⁹ Disponível em: http://www.compos.org.br/ler_gts.php?idGt=MzQ=

¹⁰ Disponível em: <https://5comusica.wordpress.com/> Site do ultimo Comúsica (2017).

¹¹ Disponível em: <https://www.facebook.com/musimid/>

¹² Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/267152449995279/>

¹³ Como em Berlin e no interior da Inglaterra; Em Portugal, como a Kismif Conference.

¹⁴ Disponível em: <https://philharmoniedeparis.fr/fr/activite/colloque/16927-la-scene-punk-en-france>

¹⁵ Disponível em: <http://journal.transformativeworks.org>

¹⁶ Disponível em: <https://www.intellectbooks.co.uk/journals/view-Journal,id=213/>

¹⁷ Disponível em: <http://www.participations.org>



dois dossiês sobre fãs, datados de 2016: na revista *Vozes & Diálogos*¹⁸, volume 15, números 01 e 02; e o segundo, pela Revista *Geminis*¹⁹, volume 7, focado em fãs e ativismos. As tendências dos estudos podem ser acompanhadas nas seguintes conferências: *Fan Studies Network* (FSN), *Society for Cinema and Media Studies* (SCMS), *Popular Culture Association* (PCA), *Society for Media and Celebrity Studies* (CMCS).

Conclusão

O intuito do nosso trabalho foi trazer alguns apontamentos introdutórios que ajudem aos pesquisadores a diferenciar Subculturas de Fãs, e tenham um embasamento para dar início a suas pesquisas. Unindo nossos conhecimentos e experiência, que nos levaram à indagar por qual caminho percorrer, entender os conflitos e indagações que experimentamos no trajeto de construção de pesquisa, trouxemos conceituações pertinentes a ambos estudos, mostrando referências e ramificações destes conceitos, temas e metodologias. Nos Estudos de Subcultura, por exemplo, atualmente há um ramificação que desencadeia para os conceitos de cultura juvenis, tribos e contracultura. Nos Estudos de Fãs, há o enfoque mais para aqueles ligados às culturas industriais e mídia. Portanto, chamamos a atenção para o delineamento dos conceitos utilizados, já que diferem e variam conforme a proposta de pesquisa.

Destacamos a importância de entender os contextos (social, econômico, cultural) das teorias e seus vieses, para assim pensarmos em como adaptar os conceitos de Fãs e Subcultura e suas vertentes a uma realidade de objetos empíricos no Brasil: a presença das mídias nos grupos analisados; as questões de classes sociais e desigualdade social; as misturas étnicas, identitárias e culturais; as questões de gênero e o sexismo em nossa sociedade latino-americana. Tanto quanto apontar primeiros passos introdutórios, esperamos fomentar o crescimento dos Estudos de Subcultura e de Fãs no Brasil.

Referências

ABRAMO, Helena. W. **Cenas juvenis**: punks e darks no espetáculo urbano. São Paulo: Scritta, 1994.

AMARAL, Adriana. **Visões Perigosas**: uma arque-genealogia do cyberpunk. Porto Alegre: Sulina, 2006.

¹⁸Disponível em: <https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/vd/issue/view/389>

<https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/vd/issue/view/394>

¹⁹ Disponível em: <http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/issue/view/FAR>



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

AMARAL, Adriana; SOUZA, Rosana Vieira; MONTEIRO, Camila. “De westeros no #vemprarua à shippagemdo beijo gay na TV brasileira”. *Ativismo de fãs: conceitos, resistências e práticas na cultura digital. Galáxia (São Paulo)*, n. 29, p.141-154, jun. 2015. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542015120250>.

BENNETT, Andy. *Subcultures or Neo-Tribes? Rethinking the relationship between youth, style and musical taste. Sociology*. vol. 33, n 3, 1999.

BIELBY, Denise D. HARRINGTON, C. Lee. *Global fandom/global studies*. In: GRAY, Jonathan; SANDVOSS, Cornel; HARRINGTON, C. Lee. (Orgs.). *Fandom: identities and communities in a mediated world*. New York: New York University Press, 2007, p. 179-197.

BOOTH, P. *Playing fans: negotiating fandom and media in the digital age*. Iowa: University of Iowa Press. 2015.

BUSSE, Kristina. Geek Hierarchies, *Boundary Policing, and the Gendering of the Good Fan. Participations – Journal of Audience and Reception Studies*, v. 10, n. 1, p. 73-91, 2013. <<http://www.participations.org/Volume%2010/Issue%201/6%20Busse%2010.1.pdf>>.

CARLOS, Giovana. “Que coisa é essa?”: reflexões sobre a materialidade nos estudos sobre fãs e objetos. *Vozes & Diálogo*, v. 15, n. 01, p.37-48, 2016. Disponível em: <https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/vd/article/view/8840>

CARLOS, Giovana. **O(s) fã(s) da cultura pop japonesa e a prática de scanlation no Brasil**. (Dissertação) - Mestrado em Comunicação e Linguagens – Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2011.

CHIN, B. MORIMOTO, L. *Towards a theory of transcultural fandom*. 2013. Disponível em: <http://www.participations.org/Volume%2010/Issue%201/7%20Chin%20&%20Morimoto%2010.1.pdf>

CLICK, M. SCOOT, S. *The Routledge Companion to Media Fandom*. Routledge: New York. 2018

COVA, Bernard; KOZINES, Robert V.; SHANKAR, Avi. *Consumer Tribes*. Oxford: Elsevier, 2007. 340p.

DE BARROS, Lydia Gomes. **Subculturas, um conceito em construção**. Anais do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom). Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1118-1.pdf>.

EVANS, Adrienne, STACI, Mafalda. *Desperately seeking methods: new directions in fan studies research*. 2014. Disponível em: <<http://www.participations.org/Volume%2011/Issue%202/2.pdf>>

EDGAR, Andrew, SEDGWICK, Peter. **Teoria cultural de A a Z**. São Paulo: Contexto, 2003.

FORD, Sam. *Fan studies: Grappling with an ‘Undisciplined’ discipline. The Journal of Fandom Studies*, v. 2, n. 1, p.53-71, 1 abr. 2014. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1386/jfs.2.1.53_1.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Sandra; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para a internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FRITH, S.; GOODWIN, A. (Eds.). *On record: rock, pop and the written word*. New York: Pantheon Books, 1980.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

GELAIN, Gabriela Cleveston. **Releituras, Transições e Dissidências da Subcultura Feminista Riot Grrrl no Brasil.** (Dissertação) – Mestrado em Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo. 2017. Disponível em: <http://tinyurl.com/riotbrasil>.

GODWIN, Victoria. *Theme park as interface to the wizarding (story) world of Harry Potter.* **Transformative Works and Cultures**, v. 25, 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.3983/twc.2017.01078>.

GRAY, Jonathan; SANDVOSS, Cornel; HARRINGTON, C. Lee. *Introduction: Why Study Fans?* In: GRAY, Jonathan; SANDVOSS, Cornel; HARRINGTON, C. Lee. (Orgs.). **Fandom: identities and communities in a mediated world.** New York: New York University Press, 2018, p. 1-26.

GRECO, C. O fandom como objeto e os objetos do fandom. (Entrevista com Matt Hills). **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 9, n. 1, 2015. Disponível em: <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/651/pdf>.

GUERRA, Paula Maria Tavares. **A instável leveza do Rock:** Gênese, dinâmica e consolidação do rock alternativo em Portugal (1980-2010). Volume I. Dissertação de Doutorado orientada por Dr. Augusto Ernesto Santos Silva. Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Portugal, 2010.

GUERRA, Paula. Punk, ação e contradição em Portugal - Uma aproximação às culturas juvenis contemporâneas. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, n. 102. p 111-134, 2013.

HALL, Stuart; JEFFERSON, Tony (Eds.). **Resistance through rituals: youth subcultures in post-war Britain.** London: Hutchinson, 1976.

HEBDIGE, Dick. **Subculture: the meaning of style.** London: Methuen, 1979.

HESMONDHALGH, David. *Subcultures, Scenes or Tribes? None of the Above.* **Journal of Youth Studies.** Routledge. Vol.8, No.1, March 2005, pp.21-49.

HILLS, Matt. **Fan Cultures.** Londres: Routledge, 2002.

HODKINSON, Paul. *Ageing in a spectacular 'youth culture': continuity, change and community amongst older goths.* **The British Journal of Sociology**, London, v. 62, issue 2, 2011.

JANOTTI JR, Jeder. S. Partilhas do Comum: cenas musicais e identidades culturais. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: Unifor. Disponível em: www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-1388-1.pdf .

JENKINS, Henry. **Textual Poachers – television fans and participatory culture.** New York: Routledge, 1992.

JENKINS, Henry. **Invasores do texto.** Nova Iguaçu, RJ: Marsupial. 2015.

LINCOLN, Sian. *'Bedroom Culture': Codes versus Zones.* In: BENNET, Andy. KAHN-HARRIS, Keith. **After Subculture: Critical Studies in Contemporary Youth Culture.** New York: Palgrave Macmillan, 2004.

MAFFESOLI, Michel. **O Tempo das Tribos:** o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense-Universitária 1987.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

MCROBBIE, Angela. *Settling accounts with subcultures: a feminist critique*. In: FRITH, S.; GOODWIN, A. (Eds.). *On record: rock, pop and the written word*. New York: Pantheon Books, 1980.

McROBBIE, Angela.; GARBER, Jenny. *Girls and Subcultures*. In: HALL, S.; JEFFERSON, T. (Eds.). *Resistance through rituals: youth subcultures in post-war Britain*. London: Hutchinson; Birmingham: The Center of Contemporary Cultural Studies from the University of Birmingham, 1975. p. 209-222.

MONTEIRO, Camila. **Fãs, só que ao contrário**: um estudo sobre a relação entre fãs e antifãs a partir do fandom da banda Restart. (Dissertação) - Mestrado em Comunicação – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2013.

MONTEIRO, Thiago. **As práticas do fã**: identidade, consumo e produção midiática. Dissertação (Dissertação) Mestrado em Comunicação e Cultura - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

MORALEJO, Sarah. **Fanwork de fanwork**: a rede de produção dos fãs. (Tese) - Doutorado em Comunicação e Informação – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018.

MUGGLETON, David. *Inside subculture: the postmodern meaning of style*. Oxford: Berg, 2000.

PEREIRA DE SÁ, Simone. As cenas, as redes e o ciberespaço: Sobre a (in)validade da utilização da noção de cena musical virtual. In: JANOTTI JR., Jeder. **Comunicações e territorialidades**: Cenas Musicais. Guararema, SP: Anadarco, 2013.

PEREIRA, Carlos Alberto. **O que é contracultura**. 8. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1992.

PETERSON, L. *"The florals": Female fans over 50 in the "Sherlock" fandom*. 2017. Disponível em: <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/956>.

SOARES, T. MASCARENHAS, A. Estética do Fandom: Experiência e performance na música pop. **Esferas**, ano 4, n. 6, p. 153-161, 2015. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/esf/article/view/6156/3989>.

STRAW, Will. Cenas Culturais e as Consequências Imprevistas das Políticas Públicas. In: PEREIRA DE SÁ, Simone; JANOTTI jr, Jeder (organizador). **Comunicação e Territorialidades**: Cenas Musicais. (Coleção Comunicações e Cultura). Guararema, SP: Anadarco, 2013. 167 pgs.

SWEETMAN, Paul. *Tourists or Travellers? 'Subcultures', Reflexive Identities and Neo-Tribal Sociality*. In: BENNET, Andy. KAHN-HARRIS, Keith. *After Subculture: Critical Studies in Contemporary Youth Culture*. New York: Palgrave Macmillan, 2004. 197 pgs.

THORNTON, Sarah. *Club Cultures: music, media and subcultural capital*. Oxford: Polity, 1995.

WANZO, Rebecca. *African American acafandom and other strangers: New genealogies of fan studies*. **Transformative Works and Cultures**, v. 20, 22 jul. 2015. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.3983/twc.2015.0699>.

WELLER, Wivian. A presença feminina nas (sub)culturas juvenis: a arte de se tornar visível. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 13, n. 1, p. 216, jan./abr. 2005.