

Resistência e participação: o conceito de subcultura e o estudo de fãs no atual contexto¹

Stefanie Carlan da Silveira²

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Resumo

Este artigo busca, a partir do mote dos estudos de fãs, apresentar uma discussão acerca do conceito de subcultura e da ideia de resistência ligada a ele diante do contexto atual de cultura da convergência. O objetivo é expor a necessidade de atualização da ideia de resistência e rebeldia ligada à construção do conceito de subcultura desde o seu nascimento até os estudos da Escola da Birmingham diante das práticas dos fãs da atualidade. No contexto convergente atual, os sujeitos atuam de forma participativa, utilizando sua apropriação criativa na produção de conteúdo dentro de grupos subculturais. O que se propõe é a necessidade de diferenciação desta forma de ação daquela de cunho político e ideológico e que influenciou os primeiros estudos sobre subculturas.

Palavras-chave

Subcultura; fãs; cultura da convergência.

Introdução

Este artigo é parte de uma pesquisa em curso, a qual observa a configuração da cultura dos fãs no contexto da cultura da convergência, realizada levando em consideração as produções amadoras realizadas pelos fãs, as interações entre eles e também o relacionamento com a indústria midiática. Especificamente neste trabalho, objetiva-se abordar o conceito de subcultura, fazendo um apanhado histórico do termo e, posteriormente, inserindo-o no âmbito do estudo de fãs, bem como no atual contexto da cultura da convergência.

A discussão envolve a proposta de expor o conceito frente às transformações sociais e tecnológicas enfrentadas pela sociedade nos últimos tempos, uma vez que os aspectos de resistência, rebeldia e protesto que se viam subentendidos ao termo sofrem transformações na pós-modernidade. Além disso, também é objetivo do texto, ampliar o olhar sobre a cultura dos fãs, distanciando-se de aspectos concentrados apenas nas relações de consumo e voltando-se também para as questões ligadas à produção de conteúdo, a fim de estabelecer uma análise

¹ Artigo científico apresentado ao eixo temático “Entretenimento, práticas socioculturais e subjetividade”, do III Simpósio Nacional da ABCiber.

² Jornalista formada pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e mestranda em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Acadêmica da linha de pesquisa “Informação, Redes Sociais e Tecnologias”. Email: ssilveira@ssilveira.com

mais profunda das subculturas. Desta forma, acredita-se possível compreender a necessidade de uma abordagem atualizada do conceito de subcultura e da necessidade de ligação deste com o aparato teórico da cibercultura e da cultura da convergência.

Sendo assim, constrói-se esta discussão em três etapas. Inicialmente busca-se trazer um histórico e uma abordagem do conceito de subcultura. Posteriormente, procura-se atualizar a discussão através das propostas da cultura da convergência e do aparato teórico acerca da cultura dos fãs. E por último, faz-se a conexão entre o histórico das subculturas e a configuração atual do cenário de participação ativa midiática dos fãs para fomentar a discussão sobre a atualização do conceito de subcultura.

As abordagens das subculturas

A problemática e o histórico acerca do conceito de subcultura estão ligados às diferentes vertentes dos estudos culturais. O termo “subcultura” surgiu na década de 1940, quando a juventude era vista como o novo segmento de mercado do pós-guerra. Por um lado, via-se nos grupos de jovens um precursor ambiente de desenvolvimento da economia capitalista. De outro, rejeitava-se este padrão de comportamento e criava-se a imagem fortemente ligada à resistência e à rebeldia, como características de protesto e levante de um grupo dominado contra um poder dominante (FREIRE FILHO, 2007). A produção cinematográfica das décadas de 1940 e 1950 trazia às telas o estereótipo da juventude transviada, das subculturas desviantes e delinquentes.

O conceito teve outra abordagem desenvolvida com os estudos do Centre of Contemporary Cultural Studies (CCCS) da Universidade de Birmingham. Professores e alunos da instituição propuseram que se desse atenção à questão criativa relacionada às subculturas de forma positiva. Ou seja, levavam-se em conta muito mais os aspectos da apropriação criativa dos produtos culturais do que os aspectos mercadológicos. Desta forma, seria possível construir uma observação das relações sociais, econômicas e culturais envolvidas nas subculturas e nos sujeitos delas participantes. A proposta dos estudos era que a “função latente das subculturas era expressar e solucionar, ainda que de uma maneira ‘mágica’, contradições sociais ocultas e irresolvidas na cultura do país” (FREIRE FILHO, 2007, p. 31).

Segundo as ideias do CCCS, as realizações das subculturas, suas produções e interações funcionavam como agentes de transformação social, ainda que não revolucionárias.

De acordo com Freire Filho (2007), não era negada a dimensão ideológica destes grupos, no entanto, a abordagem britânica enxergava na resistência das subculturas uma forma de busca pela existência coletiva. Embora estivesse ligada a hábitos de consumo e a uma produção mercadológica específica, a existência das subculturas e suas realizações indicava respostas dos sujeitos construídas a partir das suas condições de vida, tanto econômicas, quanto sociais e culturais.

A proposta do CCCS era, em síntese, desconstruir e destronar o conceito mercadológico de cultura juvenil e, em seu lugar, erigir um retrato mais meticuloso das raízes sociais, econômicas e culturais das variadas subculturas juvenis [...] era impreterível avaliar que função a apropriação (criativa, insólita, espetacular) de artefatos da cultura de consumo, do tempo e de espaços territoriais assumia perante as instituições dominantes hegemônicas (FREIRE FILHO, 2007, p. 33).

A formação das subculturas dava-se a partir da articulação coletiva de sentidos que produzia uma identidade de grupo e um processo de reconhecimento com a alteridade. A transgressão presente nas ações subculturais dava-se a partir do momento em que o uso tradicional de um determinado produto cultural era alterado e ressignificado, desta forma, a subversão dos usos convencionais de objetos despontava como uma leitura de oposição à proposta tradicional de consumo. A relação das subculturas com a cultura dominante se dava num contexto de opressão, conflito e luta.

Os estudos do CCCS, principalmente de Dick Hebdige (1979), estão ligados ao surgimento do movimento punk e da abordagem desta subcultura como principal representante da resistência juvenil da época. Eram eles que haviam tomado para si a tática da bricolagem (conceito elaborado por Lévi-Strauss que indica a ressignificação de objetos) e despontavam com suas roupas rasgadas, seus cabelos com cortes em formato “moicano”, suas tatuagens e suas músicas rápidas e de acordes simples. O histórico do movimento punk expõe uma série de protestos realizados nas ruas, além da ligação do movimento com grupos anarquistas, socialistas e comunistas em manifestações contra o racismo, o neonazismo e o imperialismo norte-americano³. Entretanto, na atualidade, o movimento perdeu força e já não gera tantas manifestações nas ruas e mobilizações juvenis contra o “poder dominante”. Além disso, a música punk – um dos pilares mais fundamentais do movimento – perdeu alguns dos

³ Para um histórico do movimento punk e de suas manifestações políticas e ideológicas, consultar: BIVAR, Antonio. O que é punk. São Paulo: Brasiliense, 1988; CAIAFA, Janice. Movimento punk na cidade: a invasão dos bandos sub. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985; HEBDIGE, Dick. Subculture: the meaning of style. London: Methuen, 1979; e, O'HARA, Craig. The philosophy of punk. More than noise. 2.ed. London: Ak. Press, 1999.

seus principais representantes, como *The Clash* e *Sex Pistols*, e conta com uma representatividade menor no cenário musical atual.

As teorias e estudos britânicos, entretanto, foram criticados e acusados de optar por pronunciamentos teóricos generalizantes ao invés de examinar a fundo as ações reais das subculturas. Para alguns autores, as teorias do CCCS eram dotadas de um elitismo cultural que se baseava na divisão radical entre a rebeldia subcultural e o consumo passivo. Além disso, os britânicos também foram criticados por terem uma visão supostamente romântica do poder da resistência e da oposição política das subculturas juvenis. Desta forma, nascia uma nova vertente de estudos na área: os pós-subculturalistas (FREIRE FILHO, 2007).

Estes teóricos tinham como objetivo reavaliar a definição de subcultura no novo milênio. Eles propunham a adoção de metodologias qualitativas de investigação mais focadas no cotidiano dos sujeitos, pois acreditavam que a resistência, quando ocorresse, apareceria não como rebeldia, mas numa abordagem mais pós-moderna, ligada à busca pelo prazer. Segundo Freire Filho (2007), surge a tentativa de criar, a partir daí, uma série de novas nomenclaturas para os grupos antes denominados como subculturas (por exemplo: cenas, neotribos, subcorrentes etc). Embora não tenham sido adotados de forma significativa pela academia, os novos termos buscavam destacar o que era considerado relevante dentro das subculturas para os críticos do CCCS, ou seja, o caráter disperso e transitório dos agrupamentos atuais, além da ênfase na busca pelo pertencimento e reconhecimento diante dos semelhantes que compartilham as mesmas afinidades. Ou seja, a pós-subcultura demonstraria a suposta superação da subcultura ligada às características de resistência.

Entre os críticos dos estudos britânicos está Thornton (1996) que, amparada em Bourdieu, propõe a noção de subcultura ligada ao conceito de capital subcultural. Isto significa que os sujeitos acumulariam conhecimentos, informações e desenvolveriam seus comportamentos e estilos em busca de status dentro do grupo e acumulação deste tipo de capital simbólico. A manifestação de autenticidade presente nesta busca acabaria gerando reconhecimento e reputação dentro da subcultura. Assim, a autora propõe uma visão do conceito mais distanciada da ideia de resistência e mobilização política e ideológica.

Mais do que caracterizar diferenças culturais como 'resistências' à hierarquia ou às remotas dominações culturais de alguma classe dominante, as subculturas investigam as micro-estruturas de poder entalhadas nos desacordos culturais e

debates que acontecem entre grupos associados mais intimamente (THORNTON, 1996, p. 163)⁴.

De acordo com a autora, o conceito de subcultura identifica as culturas de gosto que podem ser explicadas como grupos de pessoas que compartilham preferências, formas de consumo de mídia e buscam pessoas com predileções semelhantes às suas. Neste sentido, a formação das subculturas ocorre muito mais por um fator de identificação estética do que por rebeldia. E aqui, toma-se o termo estética no sentido cunhado por Maffesoli, que indica laço afetivo de ligação entre os sujeitos. Ou seja, a socialidade é “a forma lúdica da socialização” e por lúdico não se deve compreender aquilo que é útil, mas sim aquilo que dá estilo à existência, de uma espontaneidade vital. A questão do estilo exprime o paradigma estético ao qual o sujeito pós-moderno está ligado, na medida em que o supérfluo assume grande importância na vida social e torna-se relevante a partir do momento em que atua como fator agregador, como cimento social entre os grupos. As aglomerações já não são formadas por ativismos políticos característicos da modernidade, pois há um comportamento de indiferença com relação ao que não depende da ação única do indivíduo. As formas de agregação social na contemporaneidade dão-se pelo hedonismo, pelo culto ao corpo e pela preponderância da imagem (MAFFESOLI, 2004).

Após a explanação do histórico do conceito de subcultura, parte-se para a discussão acerca da cultura da convergência e do atual contexto de transformação do consumo cultural e das formas de participação dos sujeitos na produção de conteúdo. O objetivo desta parte do texto é expor o cenário convergente para que se possa discutir a mudança do caráter de resistência na atuação das subculturas contemporâneas.

Cultura da convergência e os estudos de fãs

A pós-modernidade é o momento em que ocorre o desenvolvimento da cibercultura, que deve ser compreendida como a configuração da cultura contemporânea produzida a partir da conexão entre a socialidade e as novas tecnologias digitais. A tecnologia que faz parte desse processo possui um potencial associativo e agregador, o que facilita a apropriação dos sujeitos e a utilização dessas ferramentas, a partir de demandas próprias de cada grupo de

⁴ Tradução da autora. Trecho original: Rather than characterizing cultural differences as ‘resistances’ to hierarchy or to the remote cultural dominations of some ruling class, it investigates the micro-structures of power entailed in the cultural disagreements and debates that go on between more closely associated social groups (THORNTON, 1996, p. 163).

sujeitos (LEMOS, 2004). Para Felinto (2008), a cibercultura é o ápice da convergência entre as formas culturais e tecnologias, onde a expressão formas culturais deve ser entendida como a variedade de práticas sociais, econômicas e políticas. O entendimento da cibercultura deve envolver discursos sociais, narrativas ficcionais, realidades tecnológicas e práticas de consumo, isso porque, nesse contexto, surgem novas formas de sociabilidade, de relação entre a técnica e a vida social, que reconfiguram o consumo cultural e midiático gerando impactos econômicos, políticos, sociais e, obviamente, culturais.

O conceito de cultura da convergência é desenvolvido por Henry Jenkins (2006) no livro intitulado com o próprio termo. Para elaborá-lo, o autor interliga o movimento de convergência dos meios de comunicação a outros dois: a cultura participativa e a inteligência coletiva. Além disso, Jenkins também ressalta que o termo não designa simplesmente uma mudança tecnológica, mas um processo com aspectos culturais, sociais e mercadológicos e que ocorre essencialmente nas interações entre os sujeitos e não apenas nas máquinas modernas que facilitam o múltiplo fluxo midiático. A palavra convergência designa a circulação de conteúdos por múltiplos suportes midiáticos, a cooperação entre diversas indústrias de comunicação e o comportamento migratório dos sujeitos que buscam experiências midiáticas diferenciadas e as transformações que esse movimento fomenta nos sistemas empresariais.

As novas tecnologias digitais permitem que o fluxo de informações passe por canais diversos e assuma formas diferenciadas na esfera do consumo. O conteúdo convergente altera a lógica de produção da indústria midiática e muda a forma como os sujeitos processam as informações distribuídas. Essa transformação que se está presenciando na atualidade irá rearranjar o futuro dos meios de comunicação, isso porque, a distribuição de conteúdo midiático depende de duas forças: as estratégias empresariais de divulgação e as táticas de apropriação popular, ambas em um momento de transformação. A partir do olhar sobre esses dois aspectos da circulação midiática, Jenkins (2006a) expõe dois processos que fazem parte da cultura da convergência: um corporativo e outro alternativo.

Assim, a convergência precisa ser compreendida como um processo tanto de cima para baixo (empresas de mídia) quanto de baixo para cima (consumidores). Do lado corporativo, as indústrias midiáticas estão aprendendo a multiplicar e acelerar o fluxo de conteúdo através de canais diferentes para expandir as oportunidades de lucro, ampliar os mercados e reforçar a relação com o público. Do outro lado, os consumidores estão aprendendo a controlar o fluxo de conteúdo nas múltiplas tecnologias digitais para que

possam interagir de forma mais ativa nas esferas da produção e circulação. Esses dois aspectos coexistem e são simultâneos, ao mesmo tempo em que as empresas midiáticas investigam como lidar com o novo público, os sujeitos se apropriam da tecnologia para obter uma experiência de recepção mais completa nas redes digitais.

Segundo Jenkins (2006), da interação entre convergência corporativa e alternativa resultam dois movimentos. O primeiro é o fortalecimento da convivência dos dois movimentos que acaba criando relações mais próximas e recompensadoras entre as mídias e os públicos. O segundo é o conflito entre essas duas forças que resulta em constantes disputas de poder em meio às esferas de produção e consumo. Dessa observação não é possível retirar um vencedor ou um aspecto resultante, uma vez que a convergência é um meio, um processo em decorrência e não um fim ou resultado dado.

Num ambiente de interação ampliada, os processos de produção e distribuição midiática tornam-se mais vulneráveis à interferência dos públicos tanto de fora da indústria, quanto de dentro dela. Isto porque, os mercados acabam inserindo-se na cultura da convergência na tentativa de conquistar espaço e consumidores e, nesse movimento, acabam abrindo canais de participação institucionais. Dessa forma, o número de produções amadoras que são realizadas dentro do sistema da mídia de massa vem crescendo nos últimos anos. Esse é um exemplo de fortalecimento das relações de convivência entre mercados e consumidores, mas também de participação controlada e institucionalizada, demonstrando um ponto do lado mercadológico da cultura da convergência. Uma organização pode tornar mais transparente o seu processo de criação midiática ou oferecer aos públicos mais controle sobre suas experiências através da mesma tecnologia digital que facilitam a produção amadora de conteúdo. Esse processo de abertura aos sujeitos, contudo, não está isento de interesses mercadológicos. O aspecto participativo da cultura da convergência pode ser tanto corporativo quanto alternativo e essas tendências devem ser vistas como coexistentes e simbióticas (DEUZE, 2007).

Para Jenkins (2006), o consumo cultural precisa ser visto como uma ação coletiva que provoca mudanças de comportamento entre os interagentes e também por parte deles com os mercados e conteúdos de mídia. Na visão de convergência de baixo para cima, os sujeitos buscam novas e diferentes informações, além de participar da criação de produtos culturais amadores que derivem das produções da mídia de massa. Como exemplo, o autor traz os fãs de seriados de televisão que podem capturar trechos do vídeo, dublar ou legendar o material,

reorganizar as cenas, discutir e resumir episódios, criar *fan fictions*⁵ ou *fan films* e distribuir esse material de forma mais facilitada através da internet.

A cultura participativa é o termo usado por Jenkins (2006a) para explicar o contexto atual de crescimento da participação e interferência do público nos processos de comunicação de diferentes suportes midiáticos. Os sujeitos, hoje, podem se apropriar de conteúdos, recriar e distribuir diferentes materiais de forma mais fácil, rápida e barata. Parte disso se deve obviamente às redes digitais, mas é preciso ter em mente que não é apenas a tecnologia que gera tais transformações sociais.

Jenkins (2006b) aponta que a cultura participativa está tomando forma a partir da união de três aspectos: tecnologia, subcultura e economia. Segundo ele, novas ferramentas e tecnologias de produção e distribuição, subculturas que estimulam a produção amadora de conteúdo e a tendência econômica que favorece a convergência de suportes e produtos midiáticos são três fatores que estimulam o crescimento da participação dos sujeitos.

Se o ambiente midiático atual torna visível o trabalho, antes invisível, dos espectadores, é errado assumir que nós estamos de alguma forma sendo libertados pelo desenvolvimento das tecnologias. Ao invés de falar sobre tecnologias interativas, nós deveríamos documentar as interações que ocorrem entre os consumidores, entre conteúdo e consumidores; e, entre os produtores e os consumidores (JENKINS, 2006b, p.135).⁶

A quantidade abundante de conteúdos de nicho já existia durante a preponderância da mídia de massa, vide a cultura dos fãs. Conforme afirma Anderson (2006), com a queda do custo de acesso à produção dos nichos amplia-se a possibilidade de encontro entre outros consumidores e estes produtos. Além disso, o movimento representado pelo conceito de cauda longa também torna mais tênue a linha que dividia profissionais e amadores na criação de conteúdo. Para Jenkins (2006b), a cultura participativa é o momento em que os públicos são centrais para que se obtenha o entendimento de como a cultura opera. As novas tecnologias estão facilitando aos consumidores a apropriação e a recirculação dos conteúdos midiáticos. “A cultura participativa é tudo menos de margem ou underground nos dias de hoje” (p.2).

A linha que divide produtores e consumidores tornou-se menos nítida e as duas esferas passaram a se misturar. A ampliação das formas de participação faz com que os sujeitos

⁵ *Fan fictions* são narrativas em prosa com histórias e personagens extraídos também dessas produções. *Fan films* são filmes de ficção amadores, criados a partir de uma produção distribuída pela mídia de massa.

⁶ Tradução da autora. Trecho original: “If the current media environment makes visible the once invisible work of media spectatorship, it is wrong to assume that we are somehow being liberated through improved media technologies. Rather than talking about interactive technologies, we should document the interactions that occur among media consumers, between media consumers and media texts, and between media consumers and media producers”.

produzam conteúdo que pode ser inédito ou uma remixagem de outros trabalhos e produtos culturais. Os fãs são exemplos claros desses novos consumidores, segundo Jenkins (2006a). O autor afirma que são eles o segmento mais ativo do público das mídias de massa, pois não se contentam apenas com o conteúdo que recebem, e querem se tornar parte do processo de produção e ir além do que foi disponibilizado. Para compreender a cultura dos fãs, utiliza-se a explicação do espírito de apropriação da cibercultura, proposto por Lemos (2004).

A cibercultura está diretamente ligada à ideologia *hacker*⁷. *Hackers* são pessoas com grande conhecimento em informática que utilizam esse saber para ir contra o controle institucional ou mercadológico da informação. Segundo Lemos (2004), o comportamento desses sujeitos é lúdico e criativo, na medida em que utilizam o computador como meio de comunicação, instrumento de comunhão e ferramenta de ação. Ainda segundo o autor, o *hacking* é uma prática social alternativa e é a partir desta ideia que se forma o imaginário da cibercultura, pois o acesso às redes digitais e seus usos irão manifestar um espírito transgressor e apropriador.

As tecnologias digitais abrem espaço para que não se pense mais em um uso das redes que seja correto, noção que está ligada à ideia de consumidor passivo e utilização prevista e desejada. Hoje, há um emprego não programado da Internet, desviando as lógicas tradicionais de produção e consumo (LEMOS, 2004). A cultura *punk* que proclamava a máxima “faça você mesmo” está nas bases formadoras da cibercultura e dos *hackers* e no momento atual de transformação torna-se ainda mais importante, uma vez que as redes digitais têm se tornado um ambiente de participação que inclui formas de relação com o conteúdo midiático que não estavam previstas ou não são autorizadas, já que os sujeitos se apropriam deste material sem preocupações iniciais com autoria ou restrições legais.

É nesse ambiente que os públicos, formados na maioria por amadores, vão encontrar um espaço para experimentação e irão desenvolver novos produtos a partir do conteúdo que recebem da mídia de massa. O processo de criação torna-se mais interessante quando a possibilidade de interagir com outros sujeitos com interesses semelhantes é facilitada e perde as restrições impostas pelo acesso geográfico e pelo tempo. Além disso, as novas tecnologias simplificam também a apropriação, o arquivamento, a produção e a distribuição da produção

⁷ Importante não confundir *hackers* com *crackers*. Estes últimos são aqueles que entram em sistemas de informática com o intuito de apagar ou roubar dados, sabotar computadores, roubar dinheiro, disseminar vírus ou destruir *sites*.

amadora. Ao se apropriarem de algum conteúdo e darem a ele um uso diferente ou não previsto, os sujeitos estão inventando, sendo criativos, produzindo cultura e socialidade.

Estas características da apropriação dos sujeitos no contexto da cibercultura estão também claramente presentes nos fãs. De acordo com Jenkins (2006b), os fãs compõem uma categoria na cultura contemporânea que questiona a forma tradicional de experiência estética e parecem sujeitos “indisciplinados” e “leitores impertinentes”, pois rejeitam a distância estética e tentam complementar os conteúdos midiáticos com suas próprias experiências. “Como crianças rebeldes, os fãs se recusam a ler pelas regras impostas a eles pelos professores. Para o fã, a leitura torna-se uma espécie de brincadeira, compreensível somente para suas próprias regras estruturadas livremente e gerando seu próprio tipo de satisfação”⁸ (p.39).

A definição de fã é ainda uma questão divergente entre os pesquisadores. É muito difícil estabelecer limites entre as práticas dos sujeitos a fim de distinguir o fã, de um admirador ou um aficionado. Alguns autores afirmam que o fã é a pessoa com uma adoração mais ligada à imagem do ídolo, enquanto o aficionado e o admirador têm uma relação menos sentimental e mais ligada ao consumo. No entanto, no contexto da cultura da convergência, a noção de fã está diretamente ligada ao consumo, na medida em que este se configura como participativo e se transforma auxiliado pelo comportamento dos fãs. Dessa forma, compreende-se que os comportamentos se misturam nos sujeitos sem deixar claro onde começa e termina a atividade de um fã (MONTEIRO, 2005).

Na busca de uma explicação acerca do conceito de fã, chega-se à proposta de Grossberg (1992), que visualiza o comportamento colaborativo entre os fãs e a ação de re-significar os objetos de adoração como um modelo subcultural, onde os membros dessas subculturas são um grupo menor da larga fatia de fãs, que deseja agir de forma mais participativa, que busca uma experiência mais profunda e subjetiva do que simplesmente consumir o produto de interesse. O autor propõe que o que diferencia os fãs dos consumidores em geral é a sua identificação com uma comunidade e uma identidade particular, além do nível de afetividade investido pelo sujeito em relação ao objeto.

Assim como contradições e conflitos fazem parte dos estudos sobre fãs, também estão presentes nas próprias práticas destes sujeitos. É preciso compreender as ações dos fãs dentro

⁸ Tradução da autora. Trecho original: “Like rebellious children, fans refuse to read by the rules imposed upon them by the schoolmasters. For the fan, reading becomes a kind of play, responsive only to its own loosely structured rules and generating its own kinds of pleasure”.

do contexto sociocultural e a partir do seu pertencimento à determinada comunidade simbólica, formada pelo interesse comum por um determinado produto cultural para que não se feche a análise e a interpretação das apropriações dos sujeitos (MONTEIRO, 2007). A partir desse viés, Monteiro (2007) propõe visualizar a condição de fã como um processo contínuo de articulação entre três aspectos: produção, consumo e reinvestimento. A produção leva em conta o investimento emocional e subjetivo do fã para com o objeto de sua predileção, que, por sua vez, atua como construtor de sentido e representante de um sistema de valores. O consumo é o processo de relação do fã com o objeto. E o reinvestimento está ligado à produção de conteúdos amadores a partir do produto de estima dos sujeitos (MONTEIRO, 2007).

Na abordagem sobre estudos de fãs, desenvolvida por Jenkins (1992), ele sugere que a cultura dos fãs é um fenômeno complexo que envolve múltiplas formas de participação e níveis de engajamento, saindo da recepção imediata do *broadcast* para a construção de formas alternativas de conteúdo e participação. Os fãs classificam a adesão ao *fandom*⁹ como um movimento que parte do isolamento cultural e social em direção a uma participação ativa em um grupo receptivo às suas produções no qual há um sentimento de pertencimento (JENKINS, 2006b).

No que diz respeito ao comparativo entre o comportamento dos fãs durante a preponderância da mídia de massa e no momento atual onde esta coexiste com as redes digitais, é possível utilizar como ponto de partida de análise os três aspectos que Jenkins (1992) afirma serem centrais para a esfera da recepção dos fãs. São eles: a aproximação dos conteúdos de suas experiências pessoais, a releitura desses materiais e o processo pelo qual eles trocam informações com outras pessoas sobre o objeto de predileção. Nessas três propostas feitas pelo autor é possível fazer um paralelo mostrando as transformações ocasionadas pelas tecnologias digitais e a apropriação desta pela cultura dos fãs.

Algumas das principais características dos fãs, segundo Jenkins (2006b), são as habilidades de transformar reações pessoais em interações sociais, e “cultura do espectador” em cultura participativa. De acordo com o autor, uma pessoa não se torna um fã por assistir regularmente a um programa de televisão, mas por transformar este assistir em algum tipo de

⁹ *Fandom* é um termo utilizado para se referir aos grupos de formados por fãs de um determinado produto cultural e caracterizado por um sentimento de companheirismo com outros que compartilham os mesmos interesses. Obviamente, um fã não precisa necessariamente restringir-se a apenas um *fandom*, por exemplo, uma pessoa pode fazer parte de uma comunidade de fãs de *LOST* ao mesmo tempo em que faz parte de um grupo de fãs de *Star Wars*.

atividade cultural, compartilhando opiniões e emoções com os amigos ou entrando em uma comunidade de fãs que dividem os mesmos interesses.

A resposta dos fãs tipicamente envolve não apenas fascinação ou adoração, mas também frustração e antagonismo, e esta é a combinação de duas reações que motivam seu engajamento ativo diante da mídia. Porque as narrativas populares com frequência não satisfazem completamente, os fãs precisam lutar com elas, tentando articular entre para eles mesmos e outras pessoas possibilidades não realizadas dentro da narrativa original (JENKINS, 1992, p. 24)¹⁰.

Como uma das principais mudanças nos *fandom* a partir das redes digitais, tem-se a passagem dessa subcultura de um *status cult* para o *mainstream*. Isso ocorre porque na medida em que se proliferam na Internet *sites* e listas de discussão de fãs, mais sujeitos se engajam em alguma forma de atividade de fã (JENKINS, 2006b). A maior visibilidade e a posição central dos fãs na transformação das formas de consumo e de produção acabam fazendo com que a comunidade que antes “falava a partir das margens” (em seu livro de 1992, Jenkins propõe a visão de fã como um sujeito pertencente a uma cultura marginal e de resistência popular) e tinha poucos espaços de manifestação e distribuição dos seus conteúdos re-significados agora se torne um dos focos da cultura da convergência e se utilize da democratização dos canais de produção e distribuição para seus interesses.

Considerações finais

Chegando às considerações finais deste texto, retomam-se aqui as questões tratadas ao longo do trabalho acerca da resistência, do conceito de subcultura, da cultura da convergência e do estudo de fãs. O que se pode observar no cenário atual é que as práticas dos fãs possuem um caráter de resistência diferenciado daquele existente no momento de surgimento do conceito de subcultura e também dos estudos da Escola de Birmingham. As ações que podem ser consideradas de bricolagem têm um caráter mais ligado à homenagem do produto cultural de adoração do que de subversão deste (FREIRE FILHO, 2007). Isto é, um fã ao fazer uma produção de um filme ou de uma narrativa sobre um objeto de gosto pessoal, por mais que possa estar infringindo leis de copyright, realiza este tipo de ação a partir de uma apropriação criativa e muitas vezes despretensiosa, indo em busca apenas do lazer.

¹⁰ Tradução da autora. Trecho original: “The fans’ response typically involves not simply fascination or adoration but also frustration and antagonism, and it is the combination of the two responses which motivates their active engagement with the media. Because popular narratives often fail to satisfy, fans must struggle with them, to try to articulate to themselves and others unrealized possibilities within the original works”.

Neste sentido, Freire Filho (2007) destaca que mesmo os autores membros do CCCS já alertavam para o fato de que as subculturas perdem o caráter oposicionista no momento em que atuam unicamente na esfera do lazer e do consumo. Um dos fatores que fazia também com que os grupos não conseguissem sustentar a postura rebelde por muito tempo é o processo de redefinição dos estilos e valores das subculturas realizado por parte do mercado e da cultura dominante. Não se pode, no entanto, cair na ilusão da existência de uma conspiração que não permite a proliferação dos movimentos resistentes, mas sim, é preciso que se veja este movimento como natural e como parte formadora do processo de “produção ideológica e mercadológica burguesa”.

Desta forma, o que se busca deixar como contribuição para a discussão na área a partir deste trabalho é a necessidade de uma revisão acerca do conceito de subcultura no que diz respeito ao estudo de fãs no contexto convergente. É preciso que se atualize o caráter de resistência para uma nova concepção que abarque as formas atuais de participação e produção de conteúdo por parte dos sujeitos. Esta atualização não é sinônimo de descaracterização do termo, mas sim de esclarecimento do que quer dizer resistir na atualidade. Por exemplo, a produção de legendas de séries de televisão por parte dos fãs e a distribuição deste material pela internet pode ser considerado um aspecto de rebeldia, uma vez que esta ação é desencorajada e alvo de protestos por parte da indústria midiática. Este tipo de ação, no entanto, não pode ser confundido ou igualado aos protestos de rua, pichações, manifestações e passeatas realizadas pelo movimento punk na década de 1980. É este o aspecto diferencial que precisa ser exposto e atualizado no que diz respeito à discussão acerca do conceito de subcultura na contemporaneidade.

Referências bibliográficas

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

DEUZE, Mark. Convergence culture in the creative industries. **International Journal of Cultural Studies**. Sage Publications, v.10, 2007.

FELINTO, Erick. Think different: estilos de vida digitais e a cibercultura como expressão cultural. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, n. 37, dez. 2008.

FREIRE FILHO, João. **Reinvenções da resistência juvenil**: os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

GROSSBERG, L. Is there a fan in the house?: The affective sensibility of fandom. In:
LEWIS, L. **The adoring audience**: fan culture and popular media. London: Routledge, 1992.

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

JENKINS, Henry. **Convergence culture**: where old and new media collide. New York: New York University, 2006a.

_____. **Fans, bloggers and gamers**: exploring participatory culture. New York: New York University, 2006b.

_____. **Textual poachers**: television fans & participatory culture. New York: Routledge, 1992.

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

MAFFESOLI, Michel. **Notas sobre a pós-modernidade**: o lugar faz o elo. Rio de Janeiro: Atlântica, 2004.

MONTEIRO, Tiago José Lemos. **As práticas do fã**: identidade, consumo e produção midiática. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Cultura. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2007.

_____. Entre a patologia e a celebração: a questão do fã em uma perspectiva histórica. In: XXXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 28, 2005, Rio de Janeiro. **Anais ...** São Paulo: Intercom, 2005.

THORNTON, Sarah. **Club Cultures**. Hannover: Wesleyan University, 1996.