

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

A PERSPECTIVA DE PROXIMIDADE: OLHARES SOBRE TWILIGHTERS, NERDFIGHTERS E KÉLOVERS

Paula Fernandes¹

Joana d'Arc de Nantes Silva²

Pedro Henrique Conceição dos Santos³

Resumo:

Esta pesquisa investiga algumas perspectivas de proximidade possíveis dos fãs com seus ídolos. No primeiro caso, discute-se como os *twilighters* se posicionaram em prol da atriz Kristen Stewart em relação a uma suposta traição ao namorado. O segundo estudo é sobre como alguns dos *nerdfighters* ficaram ressentidos por conta do filme *A culpa é das estrelas*. A terceira reflexão explora como o atravessamento de cotidianos entre a *youtuber* Kéfera Buchmann e os *kélovers*. Empregam-se os métodos de observação participante, netnografia, bem como coleta de dados qualitativos e quantitativos.

Palavras-chave: Fãs. Proximidade. Twilighters. Nerdfighters. Kélovers.

Introdução

As interpretações que o conceito fã teve ao longo das últimas décadas perpassam por qualificações tanto negativas quanto positivas. Ao analisar a origem da palavra, é possível perceber um olhar negativo sobre o termo: fã é uma abreviação da palavra “fanático” advinda do latim “*fanaticus*”, que *a priori* estava relacionado a um ser devoto, um ser pertencente a um templo. Não tardou muito, o termo assumiu conotações negativas, passando a ser associado a formas excessivas de crença religiosa (JENKINS, 1992, p. 12). Foi apenas no final do século XIX que o “fã” apareceu em relatos jornalísticos, identificado nas figuras de

¹ Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense. E-mail: paulafergc@gmail.com

² Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense. E-mail: joanadarc@id.uff.br

³ Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense. E-mail: pedrohenriqueconceicao dossantos@id.uff.br

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

seguidores dos times profissionais de esportes, quando as práticas se tornaram eventos em que a participação de espectadores era importante (JENKINS, 1992, p. 12). Nessa mesma época, o vocábulo fã também serviu como referência às *Matinee Girls* – mulheres que frequentavam assiduamente o teatro. Conforme os “críticos do sexo masculino”, elas iam apenas para admirar os atores ao invés das obras (AUSTER, 1989 *apud* JENKINS, 1992, p. 12).

Não só as definições e atribuições do fã se modificaram ao longo das pesquisas e demais investigações, mas também as formas de comunicação e compartilhamento de conteúdo. Desta forma, o ciberespaço e as ferramentas aprimoradas da web 2.0 apresentaram uma possibilidade aos fãs de interagirem entre si bem como buscar mais informações sobre seus ídolos e objetos de admiração, culminando até mesmo na interação em alguma instância com figuras públicas envolvidas. Destaca-se, então, a adaptação das práticas dessa subcultura ao desenvolvimento, além de tecnológico, das dinâmicas sociais que permeiam a cultura fã.

A partir desse contexto, esta pesquisa pretende investigar como se dá a perspectiva de proximidade dos fãs com seus ídolos e produtos a eles relacionados. A noção de proximidade perpassa o laço que o fã estabelece com o produto, unindo sua contribuição afetiva ao conteúdo fornecido pelo seu ídolo ou produto cultural. Neste artigo, faz-se uso da relação entre *twilighters* e o suposto caso de traição da atriz Kristen Stewart, o *fandom nerdfighters* e a discussão a respeito do sucesso da obra *A culpa é das estrelas*, do autor John Green, e o comportamento dos fãs da *youtuber* Kéfera Buchmann, chamados de *kélovers*, com relação ao consumo do conteúdo ligado diretamente à sua vida privada. Para refletir, parte-se desses três estudos com caminhos distintos de análise: posicionando-se a favor de seu ídolo, discordando de suas atitudes ou também com base na intimidade.

Fãs e a contemporaneidade

Apesar da palavra fã ter sido utilizada em um primeiro momento por escritores de esportes de forma “simpática”, Henry Jenkins (1992) sugere que ele nunca tenha escapado totalmente de conotações negativas, como fanatismo religioso e político, falsas crenças,

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

“posse” e loucura. Como Jenson alegou: “o fã é sempre caracterizado (fazendo referência às origens do termo) como um fanático em potencial. Isto significa que o *fandom*⁴ é visto como excessivo, na fronteira com a demência” (JENSON, 2001, p. 9, tradução nossa).

Um dos trabalhos que possibilita o entendimento sobre a visão depreciativa referente aos fãs é de Joli Jenson, “Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization” ([1992], 2001). A autora descreve dois típicos modelos de fãs que seriam predominantemente retratados pela academia, pela mídia e pelo próprio senso comum: o do indivíduo obcecado e a multidão histérica. Entretanto, o objetivo da autora não era corroborar com esse retrato negativo do que seriam os fãs, mas sim questioná-lo.

Jenson (2001) tinha claro que o que era dito até aquele momento pela academia, mídia ou senso comum, era, na maioria das vezes, a associação de fã a um ser irracional, fora de controle e preso às forças externas – meios de comunicação, música, esportes, *star system*, etc. Era como se o fã fosse levado passivamente por forças desviantes e até mesmo destrutivas. Pouco se falava do fã como um ser normal ou como um fenômeno sociocultural.

Esta visão negativa e estereotipada foi aos poucos substituída por outros tipos de abordagens, advindas dos estudos culturais britânicos das décadas de 1960 e 1970. Mesmo com as dificuldades entre os fãs e os pesquisadores (HILLS, 2002, p. 18-19), houve a disseminação de análises relacionadas às práticas do cotidiano. Inúmeros grupos passaram a ser foco das pesquisas, entre elas as subculturas juvenis. Tratam-se de formas expressivas e rituais de grupos tratados de forma marginal na sociedade, às vezes como ameaça à ordem pública, como é o caso dos punks, dos skinheads, os roqueiros, entre outros (HEBDIGE, 2002, p. 2), que são deixados de lado da “cultura oficial”. Entre esses grupos estão os fãs e, desse modo, surgiram estudos sobre grupos de fãs. O fã deixou, então, de ser concebido como a personificação máxima do receptor manipulado e passivo, assumiu um papel de destaque nos estudos culturais (MONTEIRO, 2007).

⁴ “*Fandom* é um termo utilizado para se referir à subcultura dos fãs em geral, caracterizada por um sentimento de camaradagem e solidariedade com outros que compartilham os mesmos interesses” (JENKINS, 2009, p. 39).

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

Porém, salienta-se que mesmo com o aumento das discussões que associam os fãs a características positivas. Nota-se que a academia, a mídia e o senso comum alternam perspectivas que transitam, de um lado, por imagens estigmatizadas – marcadas por estereótipos – e, por outro, por uma apreciação mais produtiva, na qual os fãs são vistos como consumidores ativos. Estes últimos não se limitam ao consumo ou observação, eles são vistos como um grupo inquieto que deseja interagir e buscar formas de disseminar suas paixões.

Arelada aos fatores que envolvem as discussões sobre dinâmicas sociais pós-modernas está a solidificação da sociedade midiaticizada. Paula Simões (2013) afirma que “a noção de midiaticização vem sendo muito utilizada contemporaneamente por diferentes autores que procuram compreender as transformações sociais acarretadas pelo desenvolvimento da mídia” (SIMÕES, 2013, p. 110). A autora pontua ainda que este fenômeno se constrói como ponto central sobre o qual a sociedade contemporânea cresce e se consolida (SIMÕES, 2013). Sobre a presença dos dispositivos tecnológicos e os cruzamentos entre o que *on-line* e o que é *off-line*, pode-se destacar também que “além de serem onipresentes na vida cotidiana, os meios atuam na construção dos sujeitos, das relações que são estabelecidas entre eles e do contexto social em que se inserem” (JENKINS, 2009, p. 110).

Tratando-se de fãs e interações com ídolos ou produtos culturais de admiração, é possível observar a inserção de celebridades no universo virtual, bem como o surgimento de outras especificamente no meio *on-line*. As web celebridades se constroem e se consolidam nesse ambiente a partir, por exemplo, do uso das ferramentas da internet de maneira estratégicas e em grande volume para adquirirem fama e notoriedade. Além disso, tentam, por meio dessas práticas, se manterem em destaque não só nos dispositivos fornecidos pela rede virtual, mas também nos demais contextos aplicáveis a celebridades na contemporaneidade. Em contraponto, as figuras públicas que já tem fama e visibilidade consolidados em meios *off-line* se inserem nos *sites* de redes sociais como uma possibilidade de também angariarem esse público além de apresentarem uma alternativa de comunicação e fornecimento de informações diretamente aos fãs.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

Assim, as ações dos admiradores para a se materializar de muitos modos, por exemplo: pela criação de novos produtos a partir de seus objetos de “adoração” ou pelo desenvolvimento de *sites* dedicados a eles. Em qualquer um dos casos, os fãs sentem-se, em alguma medida, como se fossem especialistas sobre o objeto em questão e, com isso, livres para fazer críticas acerca do tratamento dado pela indústria cultural a esses produtos.

Graças ao meio digital, em especial os *sites* de redes sociais, é possível presenciar a interação *on-line* desses fãs. De mesmo modo, as novas tecnologias possibilitaram as celebridades produzirem conteúdos sobre as suas vidas e dialogarem com os seus fãs sem necessitarem da mediação das grandes mídias – como, por exemplo, jornais, revistas e televisão. Assim, criou-se um canal “direto” entre fãs e ídolos, o qual traz uma sensação de maior proximidade.

Formas de trabalho: algumas metodologias aplicadas

As análises apresentadas neste estudo foram realizadas em períodos distintos – o estudo sobre os *twilighters* foi feito entre os anos de 2012 e 2013; a pesquisa sobre *nerdfighters* foi executada em 2015; a investigação sobre a relação dos *kélovers* com a Kéfera foi feita em 2016. Embora as datas sejam distintas, as três pesquisas apontam para o destaque de uma relação de proximidade construída entre fãs e seus ídolos. Destaca-se que também foram empregadas diferentes metodologias, entre elas: a observação participante (SPRADLEY, 1980) e a netnografia (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011), alinhados a coleta de dados quantitativos e qualitativos.

Para além disso, este estudo parte do princípio que cada um dos grupos pesquisados compõem uma “comunidade de fãs”. Objeto que, segundo Monteiro (2006), é caracterizado pela “não co-presença física” e “a interação não presencial”. A primeira característica refere-se ao fato de que os membros de uma comunidade de fãs não precisam necessariamente compartilhar o mesmo espaço físico. Já a segunda, corresponde ao fato de que os integrantes de uma comunidade de fãs, muitas vezes, nunca tiveram algum tipo de contato físico.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

A existência de uma comunidade de fãs, concebida pelo autor, e adotada nesta pesquisa, vale-se, principalmente, a partir do compartilhamento de um mesmo repertório de referências simbólicas. Ou seja: “Duas ou mais pessoas que jamais se encontraram, que jamais conversaram entre si, ao compartilhar um mesmo repertório de referências, de certa forma podem se considerar membros de uma mesma comunidade” (MONTEIRO, p. 46, 2006).

Em defesa de Kristen Stewart: a argumentação dos *twilighters*

Esta análise traz como foco o estudo dos fãs da *Saga Crepúsculo* – que engloba uma série de livros e filmes –, reflete-se como eles se posicionaram frente a divulgação de uma suposta traição da atriz principal da *Saga*. Pretende-se analisar o ponto de vista dos fãs através de comentários em *fansites* e a atuação de um grupo em um quadro sobre o caso no programa Fantástico da Rede Globo.

Em 2012 vinculou, em *sites* e revistas, a notícia com fotos de que a atriz Kristen Stewart teria traído seu namorado Robert Pattinson – atores que dão vida aos personagens principais da série *Crepúsculo* no cinema. Este fato teve grande repercussão dentro da comunidade de fãs da *Saga*, em especial entre os *shippers*⁵ do casal, os *team Robsten*⁶.

Um fã, conhecido como *@atrollado* – seu nome em uma rede social –, fez uma análise das fotos da traição, afirmando que eram falsas. Devido a sua profissão, de *web designer*, sua análise foi vista como crível entre a comunidade de fãs. O painel dele que circulou nas redes sociais, serviu como motivação para outras análises das fotos e deu aos fãs os pretextos para afirmarem que não houve uma traição.

Um pouco depois, a revista *People* publicou um comunicado da atriz, Kristen, pedindo desculpas pela traição e admitindo que estava arrependida:

⁵ *Shipper* é um termo muito utilizado entre fãs para designar aquelas pessoas que admiram os relacionamentos entre personagens fictícios e celebridades.

⁶ Fãs do casal Robert e Kristen. *Robsten* é a junção da inicial de Robert e o final do nome de Kristen.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

Estou profundamente arrependida pela dor e vergonha que causei para pessoas próximas a mim e todos os afetados por isso. Esta indiscrição momentânea colocou em risco a coisa mais importante da minha vida: a pessoa que eu mais amo e respeito, o Rob. Eu o amo, eu o amo. Eu sinto muito (Disponível em: <<http://www.people.com/people/article/0,,20614722,00.html>>. Acesso em: 16 jul. 2016, tradução nossa).

Frente a esse comunicado a reação dos fãs foi diversa. Alguns afirmaram que o depoimento era falso, justificando que a atriz era reservada, discreta e não daria essa declaração. Enquanto outros fãs ficaram estarelecidos ao terem a confirmação pela atriz. Em meio a essa polêmica, o programa de televisão Fantástico na Rede Globo, apresentou um quadro com um tribunal onde os fãs julgaram a traição de Kristen.

O quadro foi exibido no dia 29 de julho de 2012 e teve apenas cinco minutos de duração. Ele contou com a presença de um repórter e 21 fãs divididas em dois grupos. Um conjunto era a favor do Robert e outro da Kristen, mas todas eram *team Robsten*. Durante o quadro, uma fã – que estaria defendendo a atriz – alegou que se tratava de uma montagem. Em oposição a ela, do lado do ator, uma fã garantiu que sabia que não eram montagens, mas ponderou afirmando que “a história por trás das fotos, a gente não sabe qual é”.

Ao surgir na tela a imagem da declaração da atriz sobre o fato, uma fã revela: “isso pegou a gente desprevenido, de surpresa. Porque a Kristen não é uma pessoa que se importa com o que a mídia está falando dela.”. Ao serem questionadas, pelo repórter, se elas achavam que a declaração era da atriz, um coro entre a maioria das fãs assegurou: “não”. Outra fã concluiu: “não é do perfil dela declarar que ‘eu amo, eu amo, me desculpe’”.

É interessante observar que as fãs têm propriedade ao falar sobre o ídolo. Elas afirmam conhecê-lo, talvez pelo tanto que leem sobre o objeto ou pelo simples fato de serem fãs. A segunda hipótese parece a mais usual, pois muitas fãs trazem essa afirmação em seus discursos⁷, como, por exemplo: “fãs de verdade sabem que a kris N U N C A faria isso”, “Sou muito fã da Kristen e sei que ela nunca iria ser capaz de fazer isso” e “quem acredita nao [sic]

⁷ Essas frases foram retiradas dos comentários nos sites “Foforks” (Kristen Stewart Traiu Robert Pattinson?. Disponível em: <<http://foforks.com.br/2012/07/kristen-stewart-traiu-robert-pattinson/>>. Acesso em: 16 jul. 2016) e “Twilightmoms” (<http://www.twilightmoms.com.br/>).

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

é *Fan*, porque *Fan* conhece seu ídolo e sabe que ela nunca seria capaz disso”. Relaciona-se este ponto com o “exercício da crítica” que Jenkins (1992) identificou como uma prática da subcultura fã (JENKINS, 1992) na qual os fãs seriam os maiores conhecedores sobre o assunto e, nesse momento, muitos fãs da atriz se colocaram como tal.

Neste contexto, o autor (1992) assinala que, dentro da cultura popular, os fãs seriam especialistas e poderiam fazer a academia “passar vergonha” devido a tamanho conhecimento sobre tal programa, artista, filme, banda etc. Em virtude de seus conhecimentos, os fãs acreditam ser detentores da maneira adequada que determinado produto da cultura popular deve seguir e, com isso, eles se sentem no direito de reclamar e reivindicar com os produtores caso seus desejos sejam violados. É possível fazer uma analogia desse aspecto com comportamento de reclamar a veracidade da traição.

Entre estrelas que se apagam: a culpa é realmente delas?

A denominação *nerdfighter* foi criada por meio de um dos vídeos⁸ feitos pelos irmãos John e Hank Green em seu canal no *YouTube*, chamado *Vlogbrothers*⁹. Enquanto estava em Havana, John entreteu-se com uma máquina de jogos eletrônica chamada *Nerdfighters*. O escritor se perguntou em outro episódio¹⁰ do que se tratava a máquina: era uma luta contra os *nerds* ou eles lutando por um mundo melhor? A comunidade começou a se empoderar do termo e utilizar em seus comentários das publicações (GONÇALVES, 2012). Os irmãos até falam¹¹ sobre as qualidades de um *nerdfighter*: é feito de *awesome* – coisas “boas” – e luta contra o *world suck* – “as coisas ruins” da sociedade.

⁸ Disponível em: <<https://youtu.be/RPAoaWCMabw>>. Acesso em: 27 de ago. 2016.

⁹ Trata-se de um projeto idealizado pelo irmãos chamado *Brotherhood 2.0*, criado em 2007. O objetivo era trocar mensagens entre eles. Deram continuidade sob o nome de *Vlogbrothers*, que mantêm até a data de realização desta pesquisa.

¹⁰ Disponível em: <<https://youtu.be/tuvCb5eBbjE>>. Acesso em: 27 de ago. 2016.

¹¹ Disponível em: <<https://youtu.be/FyQi79aYfxU>>. Acesso em: 27 de ago. 2016.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

O grupo do *site* de rede social *Facebook* analisado chama-se *Nerdfighteria*¹². Reúne, principalmente, jovens em idade escolar (entre 15 e 21 anos de idade) do mundo todo. O inglês é o principal idioma utilizado. O objetivo na época era analisar o impacto do filme *A culpa é das estrelas* dentro da comunidade. A produção cinematográfica era baseada no livro homônimo, conta a história de uma jovem que luta contra o câncer. Foram aplicados questionários quantitativos e qualitativos em conjunto com entrevistas.

Os resultados demonstraram que quase um terço (30,7%) dos fãs que responderam as perguntas afirmaram que seu ídolo tinha mudado com o sucesso do filme. Mantendo o anonimato dos entrevistados, “S” afirma que é normal que os *fandoms* cresçam com o sucesso como foi *A culpa é das estrelas*. “R” é receoso, mas percebeu que em seus vídeos após o êxito nos cinemas demonstravam riqueza, algo que para ele não condiz com a forma de John Green agir. Desta forma, criaram-se barreiras entre o fã que se sente afastado de seu ídolo, por conta de suas atitudes e criando desavenças entre os admiradores antigos e os recém-chegados ao *Nerdfighteria*.

Uma vida dentro de outras: a presença de Kéfera no cotidiano dos Kélovers

Kéfera Buchmann é uma *youtuber*, atriz e escritora popular entre jovens, principalmente entre o público feminino de 12 a 18 anos. Suas postagens, tanto no YouTube, através do seu canal *Cinco Minutos*¹³, quanto em seus perfis em outros *sites* de redes sociais, presam por conteúdos de caráter cotidiano, fluido e de certa forma intimista. Kéfera compartilha detalhes de sua vida privada e por vezes faz uso de suas experiências pessoais como conteúdo de seus vídeos.

Por conta da popularização do *Cinco Minutos*, Kéfera nutre um volumoso e intenso *fandom*, denominado *kélovers*. Estes fãs se reúnem principalmente em grupo chamado

¹² Disponível em: <<https://www.facebook.com/groups/FrenchTheLlama/>>. Acesso: em 27 ago. 2016.

¹³ Disponível em: <<https://www.youtube.com/5incominutos>>. Acesso em: 29 ago. 2016.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

“*Kélovers* Brasil¹⁴”, apontado e afirmado pela própria *youtuber* como grupo oficial do seu fã-clube. Portanto, as postagens feitas dentro desta comunidade concentram prioritariamente conteúdos ligados diretamente a Kéfera e assuntos que a circundam. Nesta dinâmica há o destaque para o interesse e a preocupação de grande parte dos membros com o que diz respeito a informações de cunho pessoal da atriz.

É notável a disparidade entre as postagens que são relacionadas a fatores externos à vida privada da *youtuber* e as que de fato falam sobre detalhes do seu dia. Percebe-se que o *fandom* desenvolveu uma noção de compreensão íntima sobre o comportamento e a personalidade de Kéfera. Quando há ausências da atriz seja em qual for o site de rede social em ela esteja presente ou comportamentos que os fãs consideram como anormais ou diferentes já há comoção e discussões entre os integrantes da comunidade para de fato descobrir o que está acontecendo com a *youtuber*.

O consumo das postagens feitas por Kéfera, principalmente das ligadas à sua rotina, à sua intimidade e à sua personalidade, revela o entrelace do seu cotidiano com o de seus fãs e vice-versa. A necessidade de saber o que está acontecendo na vida da *youtuber* a todo momento tornou-se demanda de seu público, que exalta por meio de conversas tanto no grupo onde estão concentrados como em outras redes virtuais a falta que as postagens fazem em sua própria rotina. O interesse e a construção de relação de proximidade estão consolidados a ponto do cotidiano da *youtuber* atravessar de fato o dia a dia de quem consome seu conteúdo e compõe de alguma forma o seu *fandom*.

Por compartilhar muitas informações da sua vida privada, bem como do seu cotidiano, da sua rotina e quem a cerca, Kéfera contribui para que haja a sensação de ser de fato amiga e companheira dos seus seguidores. É perceptível nas falas dos fãs que comentários se transformam em declarações de amizade, amor, parceria e companheirismo que para eles aparentam reciprocidade de alguma forma – pela própria manutenção do *5inco Minutos* e as postagens em sua conta no aplicativo *Snapchat*, por exemplo, que são vistas como uma forma

¹⁴ Disponível em <<https://www.facebook.com/groups/keloversbrasil>>. O grupo é fechado, tendo acesso permitido somente a membros. Para a pesquisa, a entrada foi realizada em março de 2016.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

de compromisso e dedicação de Kéfera com seu *fandom* –, apesar de serem majoritariamente unilaterais.

Considerações finais

A sensação de relação próxima dos fãs com seus ídolos sem dúvidas não é algo novo. Por exemplo, pelo simples fato de saberem detalhes da vida privada da celebridade através das informações veiculadas em revistas muitas pessoas se sentem íntimas das personalidades. Mesmo que este aspecto não seja novo, ele foi intensificado com o desenvolvimento das mídias sociais, tendo em vista que os fãs agora têm um meio de contato direto com o ídolo, sem perpassar pelas grandes mídias. Dessa forma, nota-se, no atual contexto, de maneira evidente os fãs se considerando próximos de seus ídolos, pode-se dizer: tal qual amigos.

Em todas as análises, por se tratar de fãs extremamente comprometidos com seus objetos de “adoração”, no decorrer da pesquisa foi possível observar casos de engajamentos. Por exemplo, o episódio da criação e divulgação do painel para “comprovar” a manipulação das fotos da traição da protagonista da *Saga*. Os fãs estavam convictos nesse caso de que poderiam provar a falsa traição, além de sustentarem conhecer intimamente a atriz. Assim como por julgarem conhecer de fato a personalidade e o comportamento de John Green, no caso dos *nerdfighters*, e de Kéfera, com os *kélovers*, os fãs acreditam ter propriedade para discutir e se sentir parte da vida ou da forma como os ídolos se portam publicamente.

Com relação à reunião de fãs, é importante salientar que os *fandoms* analisados nesta pesquisa não constituem grupos homogêneos. Como apontou Lawrence Grossberg (2001), um texto popular não traz de imediato seu próprio significado, ele é construído a partir de uma relação ativa e produtiva entre o texto e a audiência. Assim sendo, um mesmo texto popular poderá ter inúmeras interpretações, de acordo com a pessoa e suas experiências pessoais. Levando em conta esses aspectos, o autor afirma que o público da cultura popular de massa não pode ser concebido como uma unidade singular e homogênea.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

O fato de acompanhar e absorver conteúdos disponibilizados por celebridades, no caso da presente pesquisa, ídolos que carregam consigo *fandoms* massivos, não transforma fãs em de fato pessoas íntimas e detentoras de conhecimentos privilegiados. Pelo contrário, a ilusão de proximidade corrobora para o crescimento da visibilidade das celebridades e dos produtos culturais envolvidos e alimenta no público a relação unilateral erguida sob a comunicação gerada pela mídia ou pela tentativa de relativização do cotidiano dos ídolos com relação aos seus seguidores.

Tendo em vista esses apontamentos, nota-se a necessidade de um direcionamento para estudos e análises que atrevessem o meio *on-line* e o *off-line*, bem como a construção de hábitos que já incluam o processo de mediação como alicerce das dinâmicas sociais contemporâneas. Salienta-se aqui, então, que pesquisas nesta perspectiva ainda devem ser aprofundadas a fim de compreender essa dinâmica que é reafirmada ao longo dos anos e aprimorada com o desenvolvimento tanto tecnológico quanto das próprias práticas sociais.

Referências

FRAGOSO, Sueli; AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel. **Métodos de pesquisa para Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

GONÇALVES, Marina Celestino. **Youtube**: a formação de comunidades virtuais a partir do público de videoblogs análise da comunidade nerdfighter. 2012, 92 f. Monografia. (Graduação em Comunicação Social Jornalismo), Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2012.

GROSSBERG, Lawrence. "Is there a fan in the house?: the affective sensibility of fandom". In: LEWIS, L. A. (org). **The adoring audience**: fan culture and popular media. New York: Routledge, 2001, p. 50-65.

HEBDIGE, Dick. **Subculture**: the meaning of style. New York: Routledge, 2002.

HILLS, Matt. **Fan Cultures**. New York: Routledge, 2002.

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

_____. **Cultura da Convergência**. Editora Aleph, 2009.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

JENSON, Joli. "Fandom as pathology: the consequences of characterization of the science fictions fan community". In: LEWIS, L. A. (org). **The adoring audience**: fan culture and popular media. New York: Routledge, 2001, p. 208-236.

MONTEIRO, Tiago José Lemos. **Autenticidade juvenil**: consumo midiático, investimento afetivo e disputa simbólica no interior de uma comunidade de fãs. Eco-Pós (UFRJ), Rio de Janeiro, v. 8, n.1, p. 42-56, 2006.

_____. **As práticas do fã**: identidade, consumo e produção midiática. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2007.

SPRADLEY, James. **Participant Observation**. Orlando: Florida. Harcourt Brace Jovanovich College Publishers, 1980.

SIMÕES, Paula. Celebidades na sociedade midiaticizada: em busca de uma abordagem relacional. **Eco-pós Perspectiva**. Rio de Janeiro, v. 16, n. 1, p. 104-119, jan./abr. 2013.