



Quando estrutura e agência se encontram: os fãs e o poder¹

Cornel Sandvoss²

Tradução
Simone do Vale

RESUMO Este artigo examina formas de poder e resistência entre fãs, assim como suas limitações, através do espectro das mídias e culturas populares. Analisando conceitualizações de poder, naquilo que descrevemos como “a primeira onda dos estudos de fãs” (GRAY et al. 2007), este artigo examina as reivindicações de empoderamento entre fãs e consumidores de mídia por meio de atos de negociação e apropriação e explora tais práticas tomando particularmente o gênero como referência. Qualificando a habilidade e a capacidade dos fãs de contrapor formações culturais hegemônicas, o artigo correlaciona formas de empoderamento a diferentes formas de produtividade. Esta discussão é, por sua vez, contextualizada pelo exame da interconexão entre poder e identidade fandom em referência à sociologia do consumo de Pierre Bourdieu (1984).

PALAVRAS-CHAVE Fan Studies, Resistance, Power, Fandom Culture

ABSTRACT This paper examines form of power and resistance as well as their limitation among fans across the spectrum of popular media and culture. Examining conceptualisations of power in the what we have described ‘first wave of fans studies (GRAY et al. 2007) the paper examines claims of empowerment among media consumers and fans through acts of negotiation and appropriation and explores such practices with particular reference to gender. Qualifying the ability and capacity of fans to counter hegemonic cultural formations, the article correlates forms of empowerment to different forms of productivity. This discussion is in turn contextualised by examining the interplay between power and identity in fandom in reference to Pierre Bourdieu’s (1984) sociology of consumption.

KEYWORDS Fan Studies, Resistance, Power, Fandom Culture

1 Este artigo é a tradução de uma versão especialmente adaptada e atualizada para a Ciberlegenda de um capítulo do livro *Fan: The Mirror of Consumption*.

2 Cornel Sandvoss é professor do Departamento de Sociologia da Universidade de Surrey, no Reino Unido, coordenador da Popular Communication Division, da Associação Internacional de Comunicação (ICA) e co-editor da revista *Popular Communication: The International Journal of Media and Culture*. Sandvoss é autor dos livros *Fans: Mirror of Consumption* (2005); *A Game of Two Halves: Football, Television and Globalisation* (2003); e co-editor de *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World* (2007) e *Bodies of Discourse* (2012).

Nos seus quase trinta anos de existência, o campo dos estudos dos fãs tem explorado o âmbito dos territórios interpessoais e intrapessoais, assim como as consequências das ligações afetivas do público com a cultura popular e além. Neste artigo, pretendo explorar a preocupação fundamental que deu origem ao que Jonathan Gray, Lee Harrington e eu (2007) descrevemos como “A primeira e a segunda onda dos Estudos dos Fãs” e seu interesse particular em relação aos fãs como uma instituição cultural e comunidade interpretativa: as questões de poder e resistência. John Fiske (1992), cuja obra inspirou grande parte do arcabouço dessa primeira onda de estudos dos fãs, oferece a seguinte descrição das práticas do fandom:

Os fãs (...) selecionam determinados artistas e narrativas de gêneros entre o repertório do entretenimento produzido e distribuído em massa, transportando-os para a cultura auto-selecionada de uma fração de pessoas. Em seguida, eles são retrabalhados em uma cultura popular intensamente prazerosa e significativa que é, ao mesmo tempo, semelhante e, contudo, extremamente diferente da cultura do público popular mais “normal” (...). Ela está (...) associada aos gostos culturais de formações subordinadas de pessoas, em particular daquelas desempoderadas por quaisquer combinações de gênero, idade, classe e raça (FISKE, 1992, p. 30).

O problema dessa definição de facto dos fãs é que Fiske confunde as fronteiras entre a descrição e a interpretação de suas práticas e, assim, apresenta-nos uma definição normativa. Porém, uma definição normativa vincula o fenômeno a ser estudado a uma hipótese já formulada: se de-

finimos que a prática cultural dos fãs está limitada aos desempoderados que utilizarão o fandom como forma de resistência, confirma-se, conseqüentemente, a hipótese inicial. De fato, as práticas dos fãs, como seu histórico sociodemográfico, são mais amplas do que Fiske sugere. Uma extensiva pesquisa quantitativa (WANN et al., 1999; SCHURR, et al., 1988; UFA, 1998; WANN et al. 2001) e também qualitativa (ERICKSON, 1996; SANDVOSS, 2003, 2007, 2012a, RUDDOCK, 2005) sobre fãs de esportes, por exemplo, ilustra a sua popularidade para além dos grupos em situações proporcionalmente desvantajosas de classe, gênero ou etnia. Fiske (1992) reconhece isso no caso do esporte, mas não discute tendências semelhantes em outros campos da cultura popular. Alguns gêneros de música popular, por exemplo, atraem predominantemente fãs brancos do sexo masculino (CHRISTENSON & PETERSON, 1988), dentre os quais nem todos se enquadram numa categoria de classe mais baixa. Da mesma forma, determinados programas como a radionovela *The Archers*, da BBC, atraem uma audiência substancial da classe média (THOMAS, 2002). Mais recentemente, acadêmicos como Pearson (2007), Tulloch (2007), Gray (2007) e eu mesmo (SANDVOSS, 2012a, 2013b) têm considerado as culturas dos fãs em esferas associadas a grupos hegemônicos e dominantes nas hierarquias sociais e culturais existentes, tais como literatura, teatro, música clássica, jornalismo e política. Em oposição à abordagem normativa de Fiske, portanto, defini fã como o engajamento regular e emocionalmente comprometido com uma determinada narrativa ou texto. Esses textos, por sua vez, atravessam diferentes mídias como livros, programas de tele-



visão, filmes ou música, assim como textos populares em um sentido mais amplo, como times esportivos, ícones e estrelas populares que variam entre atletas, músicos e atores.

Cultura Popular e Empoderamento

Não obstante, o trabalho de Fiske (1989b, 1989a, 1992) sobre cultura popular e os fãs fornece um profícuo ponto de partida. Embora o autor não seja o primeiro a confrontar empírica e teoricamente as questões de poder e cultura popular e tampouco suas conclusões sejam endossadas de modo geral nas diversas abordagens que surgiram desde então sobre o fandom, ele formulou um paradigma abrangente de poder e resistência na análise do fandom que continuou a forjar grande parte do campo. O conceito de cultura popular de Fiske (1989b) depende da noção de texto popular polisêmico ou, em outras palavras, da capacidade dos textos populares para incorporar uma variedade de sentidos diferentes, o que permite que os fãs construam leituras e interpretações alternativas, distinguindo-se, assim, do público “normal”. Fiske (1989a) compara os textos populares polissêmicos e sua negociação por parte do público ao uso do jeans na cultura do cotidiano americano. O autor argumenta que, apesar de ser um genuíno produto de consumo em massa, o jeans não só permite uma variedade de usos por diferentes grupos sociais em situações distintas, como também ilustra como o sentido de produtos de massa padronizados é criado no próprio consumo. É apenas no uso cotidiano – quando o jeans é surrado, desbotado ou cortado – que seu verdadeiro sentido se desdobra. De acordo com Fiske, o mesmo se mostra

verdadeiro em relação ao consumo de textos mediados. Os textos populares, especialmente aqueles pelos quais sentimos determinada afeição, são os equivalentes textuais do jeans: o seu sentido é criado no consumo diário. É por meio dos processos de apropriação cotidiana que esses textos mediados se tornam objetos de fandom, à medida que nos apoderamos do produto produzido em massa, criando o seu valor emocional particular. A ênfase no consumo contínuo na abordagem de Fiske corresponde à minha definição de fandom, aqui também como a atenção particular ao consumo diário da mídia na disciplina como um todo (cf. MORLEY et al., 1990; SILVERSTONE, 1994; SCANNELL, 1996, COULDRY, 2012). Ela destaca, portanto, uma qualidade importante do consumo dos fãs sob a perspectiva de que precisamos avaliar a maneira pela qual os fãs constroem as suas identidades e o poder é distribuído no fandom.

A respeito do último, Fiske (1989b) argumenta que a cultura popular e os prazeres que fãs e espectadores obtêm com ela surgem em oposição à “alta cultura” oficial e burguesa. O consumo da cultura popular entre os fãs conseqüentemente faz parte da luta dos grupos desempoderados contra a cultura hegemônica dos poderosos.

A vida cotidiana é constituída pelas práticas da cultura popular, e é caracterizada pela criatividade do fraco no uso de recursos fornecidos por um sistema desempoderador, enquanto se recusa a se submeter afinal a esse mesmo poder. A cultura da vida cotidiana é melhor descrita por meio de metáforas de luta ou antagonismo: estratégias que se opõe a táticas, a burguesia ao proletariado; a hegemonia enfrentada pela resistência, a ideologia combatida ou longe das vistas; o poder de cima para

baixo confrontado por um poder de baixo para cima, a disciplina social frente a frente com a desordem (FISKE, 1989b, p. 47).

Consequentemente, o fandom constitui uma forma de subversão cultural que reflete as diferentes esferas de operação entre estratégias e táticas. Embora a indústria têxtil continue a desenvolver novas estratégias para vender o seu jeans particular, somos livres para usar ou cortá-los como julgarmos taticamente adequado. Os textos e ícones populares como Madonna podem ser produtos e meios de acumulação de capital para a indústria midiática, contudo, são apropriados por fãs como fontes significativas nas suas vidas diárias³. Fiske ilustra como as fãs adolescentes de Madonna, que ele descreve como um dos grupos mais desempoderados da sociedade, transformaram-na em um importante recurso simbólico que permite que as garotas escapem das conceituações patriarcais de gênero. Para Fiske, a natureza polissêmica de Madonna como um texto popular oferece e problematiza as representações tradicionais de gênero e sexualidade. Quando Lucy, uma fã de catorze anos, descreve Madonna como “vulgar e sedutora (...) mas, pelo jeito, tudo bem se ela é assim”, busca estabelecer “uma identidade sexual satisfatória dentro de uma ideologia opressora” para si mesma, assim como para Madonna

3 Madonna e as contradições na sua imagem pública têm atraído uma atenção acadêmica particular (cf. MIKLITSCH, 1998): ver, por exemplo, as antologias de Schwichtenberg (1992), Sexton (1993) e Frank & Smith (1993), assim como as seções dedicadas à Madonna na obra de Tester (1994) e Kellner (1995). Com poucas exceções (BROWN & SCHULZE, 1990), tal obra se concentra na análise de estilística e textual e, assim, toca apenas levemente na pesquisa empírica de público.

(FISKE, 1989^a, p. 98-9). Por meio da admiração, as fãs adolescentes, enfim, articulam e manifestam sua luta ao adotar o visual de Madonna, ouvir sua música ou participar de concursos de sócias como o Make My Video da MTV. A respeito deste, Fiske (1989b, p. 149) argumenta que “o prazer reside tanto na capacidade da menina de se projetar na imagem de Madonna quanto na produtividade que modificou a forma normal de uma fantasia íntima em texto material e potencialmente público”.

Para Fiske (1989b, p. 47), a cultura e as práticas dos fãs, portanto, são intencionalmente subversivas, já que os deleites do fandom estão enraizados na sua subversividade, nos “prazeres de produzir os seus próprios sentidos para a experiência social e os prazeres de escapar à disciplina social do bloco do poder”. Nesse aspecto, a conceituação de fã de Fiske é firmemente baseada no entendimento de Certeau (1984) da vida cotidiana no capitalismo industrial como um terreno de luta onde os desempoderados não criam os próprios produtos e símbolos, mas subvertem o sentido daqueles que lhes são impostos. Os fãs “se viram” com uma cultura popular produzida em massa por meio das suas próprias leituras distintas e oposicionistas, através do que Fiske (1989b), em referência a Eco (1986), chama de “operação de guerrilha semiótica”. Na subversão dos símbolos e intenso envolvimento com a cultura popular, o fandom, portanto, torna-se um espaço carnavalesco, o qual, como argumenta Bakhtin (1968) na sua análise geral do carnaval, concede uma subversão temporária da ordem social existente.

No entanto, o emprego de analogias militares por de Certeau e Fiske constrói uma polaridade entre empoderados e desempoderados, que dá



origem à questão da possibilidade dos prazeres do fandom serem, de fato, necessariamente construídos em oposição ao sistema de poder dominante e, em segundo lugar, conseguirem erodir ou conservar relações de poder na sociedade. A dificuldade de Fiske para responder a cada uma dessas questões reside na natureza amorfa do que ele chama de “bloco de poder”. O “exército colonizador” (FISKE, 1989b, p.104) talvez seja muito mais difícil de identificar do que o autor sugere.

Enquanto Fiske presta muita atenção àqueles na ponta da recepção da hegemonia cultural, sua compreensão sobre as origens do poder hegemônico parece singular demais para dar conta de relações de poder mais complexas. A despeito de extrair o seu entendimento da cultura oficial burguesa da obra de Pierre Bourdieu, para quem voltarei em mais detalhes abaixo, falta a Fiske a atenção detalhista de Bourdieu quanto à reciprocidade entre sociedade, cultura e economia. A julgar pelo seu uso da terminologia marxista a respeito de classe, é surpreendente que Fiske determine o centro do poder e discriminação na cultura oficial burguesa, mesmo prestando pouca atenção àqueles que controlam os meios de produção cultural que, no final do século XX, encontram-se muito além do alcance da burguesia como entidade de classe. As empresas transnacionais como Bertelsmann ou News International e suas subsidiárias são produtoras e distribuidoras de textos de fãs desde o Run DMC (BMG) até os Arquivos-X (Fox), claramente direcionados a alvos diferentes da “alta cultura” burguesa. Além disso, os recorrentes imbróglis entre músicos e suas gravadoras, como no caso notório de George Michael ou entre atletas e times esportivos, ilus-

tram que mesmo na esfera da produção da cultura popular encontramos conflitos de interesse entre financiadores, produtores e artistas. Assim, antes mesmo de considerar a complicação adicional dessa reciprocidade entre públicos e produtores por meio da esfera do conteúdo gerado pelo usuário, é cada vez mais difícil identificar uma leitura “dominante” ou “oposicionista”. Como demonstra a análise de Livingstone (1998) sobre as leituras da popular novela britânica *Coronation Street*, na convenção de um gênero particular como as novelas, ao contrário, as leituras dominantes ou preferenciais frequentemente são opostas aos valores culturais hegemônicos. Uma leitura “cética” de um triângulo amoroso constitui uma leitura dominante nas convenções do gênero da novela, mas uma leitura oposicionista à luz da ideologia dominante do amor romântico nas sociedades capitalistas do ocidente e vice-versa⁴. Da mesma maneira, Ang (1985) observa que a aprovação da estética de Dallas pelos espectadores holandeses talvez seja a leitura preferencial no contexto do programa e sua origem industrial, contudo, uma leitura oposicionista no contexto da cultura holandesa oficial dos anos 1980. Em contraste, Tulloch ilustra como os fãs britânicos e australianos de *Dr Who* endossaram um consenso cultural burguês em oposição à produção cultural americana, justapondo o programa da BBC às produções de ficção-científica americanas.

Dr Who é “original” e “inteligente” nos roteiros, enquanto Buck Rogers e Battlestar Galactica são “ágeis” e “deslumbrantes” na ação.

4 Ver também Evans (1990) sobre o problema quanto a identificar leituras oposicionistas quando se leva em conta um grupo ou contexto subcultural determinado de leituras do público.

Dr Who é “flexível” e “liberal” em política, ao passo que Jornada nas Estrelas é inexoravelmente “moralista” ao apresentar o americano ideal (TULLOCH & JENKINS, 1995, p. 167).

Em outros casos, como o estudo de Barker sobre os fãs de Judge Dread (BARKER, 1993, ver também: BARKER, 1998), o texto de fã dispõe de uma série de posições ideológicas que variam da esquerda à direita política, deixando o público confuso quanto às intenções do autor. Estes casos não eliminam a possibilidade da noção de prazeres subversivos na cultura e práticas dos fãs. Por exemplo, a articulação de crenças racistas ou sexistas pelos Teddies (HEBDIGE, 1979) ou fãs de futebol (SANDVOSS, 2003, RUDDOCK, 2005) pode refletir uma oposição prazerosa contra a cultura oficial burguesa. Porém, ela aponta a necessidade de explorar sob que circunstâncias e contra quem o fandom constitui uma forma de resistência. Ou, voltando à analogia de Fiske, a questão sobre quem se importa com a maneira como consumimos textos mediáticos no papel de fãs é a mesma sobre quem se importa com os buracos que fazemos nos nossos jeans.

Fandom e Gênero

Nessa etapa, a analogia do jeans já entrega o jogo: para a indústria cultural, o que fazemos com textos e produtos após o ato da compra é, em última instância, de pouca relevância. A maneira como usamos o jeans ou nos envolvemos com as fontes simbólicas da cultura popular, contudo, exerce um profundo impacto sobre o ambiente social e cultural e as relações interpessoais. As implicações das formas de poder e empoderamento

no fandom estão, portanto, em primeiro lugar, situadas no microcampo do consumo midiático, na esfera privada e doméstica. Nesta esfera, que naturalmente tende a ser homogênea em termos de classe, o gênero constitui o marcador mais importante das relações assimétricas de poder. Morley (1986) demonstrou que antigas desigualdades de gênero nos núcleos modernos determinam o consumo da mídia de massa. Finalmente, para avaliar com maior profundidade as noções de poder e resistência no fandom, me volto para o papel do gênero no consumo dos fãs.

Curiosamente, o fandom tem sido identificado como um espaço tanto masculino quanto feminino. Textos populares de fãs, tais como “música pop, arte, romances, quadrinhos, estrelas hollywoodianas de apelo massivo” (FISKE, 1992, p. 30), tradicionalmente vêm atraindo um público substancial de mulheres e, como observa Harris (1998^a, p. 7), “a maioria das pesquisas sobre fãs coloca a participação feminina em primeiro plano”. Atividades para fãs e discursos que giram em torno de textos televisuais populares especialmente costumam ser conduzidos por fãs do sexo feminino. Como Jenkins observa, “escrever textos produzidos por fãs sobre Jornada nas Estrelas é, predominantemente, uma reação feminina aos textos da mídia de massa, sendo a maioria dos fanzines editada e redigida por mulheres para um público leitor amplamente feminino” (TULLOCH & JENKINS, 1995, p. 197).

Ao mesmo tempo, muitas outras áreas do fandom parecem constituir domínios explicitamente masculinos. Os homens formam a esmagadora maioria dos respondentes da pesquisa de Barker sobre os fãs da revista em quadrinhos do super-



-herói Judge Dread (BARKER, 1993; BARKER & BROOKES, 1998). Da mesma forma, registrou-se uma proporção masculina entre 90% (BROWN, 1997, p. 16) e 100% (TANKEL & MURPHY, 1998) em outros estudos sobre fãs de quadrinhos. Estudos qualitativos (ERICKSON, 1996; KING, 1998; SANDVOSS, 2003a, CRAWFORD, 2004; GOSLING, 2007) e quantitativos (GANTZ AND WENNER, 1991; UFA, 1998; SPORTFIVE, 2002) confirmam a base predominantemente masculina de espectadores de esportes. O número crescente de fãs do sexo feminino no universo das torcidas de futebol indica que tais áreas masculinas de fandom refletem as determinações sócio-históricas de gênero do lazer nas sociedades industriais (cf. HARGREAVES, 1986; HOLT, 1989; BRAILSFORD, 1991), pelas quais o lazer feminino foi confinado ao lar e restrito em relação a quaisquer desperdícios de tempo e dinheiro. Portanto, as mulheres também estão sujeitas às transformações sociais, econômicas e tecnológicas contemporâneas que ampliam o acesso aos textos dos fãs. A maior disponibilidade de programação esportiva na televisão e, por conseguinte, o acesso mais fácil no ambiente doméstico, transformaram substancialmente as relações de gênero nas culturas de fãs do esporte.

Assim, o fandom não pode ser descrito como uma forma de consumo que se presta a uma ou outra posição de gênero. Ao contrário, o diferente desenvolvimento sócio-histórico das culturas de fãs masculinas e femininas, as variações nos textos de fãs escolhidos e o uso de várias mídias são indicadores de diferentes posições de poder articuladas no fandom.

Uma série de estudos ilustra como o fandom feminino, em posições sócio-históricas particulares,

deu origem a prazeres subversivos e constituíram uma forma de resistência. Dell (1998) identifica esse momento de subversão no fandom feminino da luta-livre nos Estados Unidos nas décadas de 1940 e 1950. Com o fim da II Guerra Mundial, a autonomia e igualdade relativas que as mulheres desfrutavam como parte do esforço de guerra, em particular por meio do trabalho na indústria bélica, foram sucessivamente erodidas por um contramovimento voltado para o retorno das mulheres ao seu papel “natural” de donas de casa (SPIGEL, 1992). Segundo Dell, as espectadoras nesta situação encontraram refúgio em um gênero particular de entretenimento que desafiava todas as expectativas patriarcais sobre a feminilidade na sua ênfase em corpos espetaculares, confronto físico e sexualidade assertiva: a luta-livre profissional. Na esteira do seu declínio nos anos 1930, a luta-livre foi revivida pelo influxo de fãs do sexo feminino nos seus auditórios, assim como na televisão. Com sua ênfase nos prazeres físicos suscitados pelo realce excessivo do corpo (masculino), a luta-livre constituiu, desse modo, uma forma de transgressão social carnavalesca. Ao analisar a representação das fãs de luta-livre na imprensa popular, Dell também recorre à distinção feita por Certeau entre estratégia e tática: os jornais, a partir de uma posição de poder e no esforço estratégico para sustentar a ordem patriarcal, ridicularizaram os prazeres das fãs. Contudo, estas se esquivaram das restrições dessa representação.

As mulheres insistiram com êxito na prática de assistir lutas televisionadas duas ou três vezes por semana e, então, admiraram abertamente o desfile de corpos masculinos que enchem a tela, transgredindo os papéis de esposas e mães que lhes foram designados, enquanto maridos e filhos decepcionados assistiam. Ao

fazer isso, elas criavam um espaço temporário no lar, empregando táticas que lhes permitiam a suplantação do recatado e solícito papel normativo doméstico que se esperava delas com um papel assertivo, autograticificante e sexualizado (DELL, 1998, p. 105).

No caso desse tipo de fãs, para interpretar objetos de fandom em nítida oposição ao seu modo dominante de discurso, a fórmula de Fiske como resistência prazerosa parece mais exata. O fandom feminino inspirado em gêneros aparentemente masculinos de cultura popular, como luta-livre, futebol ou filmes de ação e terror, pode, portanto, ser identificado como uma subversão dos papéis de gênero existentes e das relações de poder correlatas. Porém, como ilustram as matérias negativas sobre as fãs de luta-livre, tais formas de fandom atraem uma resistência substancial por si mesmas. Como aponta Cherry (2002) no seu estudo sobre as fãs de filmes de terror, essas fãs precisam de um comprometimento particular diante da oposição dominante.

Além disso, como observado acima, poucos textos populares são tão claramente definidos no seu sentido implícito e quanto ao público leitor. Em particular, a representação dos papéis de gênero nos textos populares é frequentemente complexa em termos ideológicos. O próprio exemplo das fãs de Madonna oferecido por Fiske (1989b) é problemático. Como os textos sobre a cantora são altamente polissêmicos, não podem aceitar somente leituras específicas de grupo, nem podem ser situados com facilidade em nenhum dos lados de uma polaridade entre “bloco de poder” contra desempoderados. Como argumenta Kellner (1995, p. 292), “Madonna é um local

de contradição genuína”, dado que ela “sanciona rebeldia e a construção individual de imagem e identidade, porém a forma como ela expressa a sua rebeldia é a mesma das modelos da indústria e dos consumidores da moda”. Portanto, embora as adolescentes resistam a uma leitura de Madonna como “mulher-objeto” e símbolo da submissão feminina, Schulze et al. (1993) identificam um grupo de leitores que opõe tais interpretações da artista como ícone pop emancipatório precisamente porque isso, em contrapartida, legitima as posições de poder existentes na indústria cultural e simplifica questões sociais complexas. No seu estudo sobre os fãs de Arquivo-X, Clerc (1996, p. 42) ilustra como as supostas diferenças de leitura de acordo com posições de gênero – “homens geralmente se interessam mais pelo ‘factual’, mulheres pelo ‘emocional’” – são invertidas nas representações do programa dos protagonistas Scully, as mulheres, adestradas cientificamente para serem céticas, e Mulder, o homem, emocional e intuitivo, transgredindo, assim, os papéis de gênero nos textos e também do público. A dificuldade para determinar leituras dominantes e oposicionistas em todos esses casos deriva da natureza ambígua do bloco de poder. Fiske identifica o bloco de poder como “valores culturais burgueses dominantes” (contra os quais Madonna ou outros objetos de admiração abrem um espaço de resistência), entretanto, a indústria midiática, que tem poderes substanciais de representação e agenda-setting – sendo que o mais forte e inerente de todos é o comercialismo – constitui outro bloco de poder cujos discursos não correspondem necessariamente à hipótese da hegemonia da cultura burguesa de Fiske.



Tais distinções entre diferentes campos de poder são ainda mais intrincadas nos gêneros particularmente direcionados ao público feminino, como novela, dramas televisivos e romances. Nos padrões normais de leituras, descreve Radway (1987), as leitoras, que frequentam uma livraria numa cidade qualquer do meio-oeste americano para comprar e discutir romances, claramente qualificam-se como fãs. Diante do cenário das identidades de gênero dominantes, Radway (1987) esboça a relação de reciprocidade entre as expectativas dessas leitoras, autores (dentre os quais alguns haviam sido, eles próprios, devotos leitores de romances), a indústria editorial e o papel de guardiões, tal como a vendedora da livraria Dot, que ajuda e orienta mulheres em busca de conselho sobre livros. A motivação particular para a leitura de romances surgida nas entrevistas dessas fãs foi que estes oferecem uma forma de “relaxamento”, (termo preferido pela maioria dos participantes à noção de fuga), proporcionando uma atividade e um espaço distante das pressões domésticas que forjam a vida cotidiana dessas fãs, muitas das quais casadas e com filhos. Ao ajudar as fãs a estabelecer um espaço autônomo na vida diária, assim como um espaço textual que origina fantasias e desejos sobre o romance ideal, o fandom é uma fonte de prazer, emancipação e empoderamento. Contudo, sua a respeito das relações de gênero hegemônicas é complexa e não constitui uma forma de resistência direta. Como Radway observa,

o “bom” romance continua sustentando que uma mulher só reconhece e realiza os seus sentimentos em um casamento monogâmico tradicional. Quando outro texto retrata uma he-

roína que não é magoada nem incomodada pela sua capacidade de fazer sexo com vários homens, suspeito que isso seja classificado como “mau” porque torna explícitas as implicações ameaçadoras de uma sexualidade feminina liberada e capaz de se satisfazer fora das estruturas da dominação patriarcal (RADWAY, 1987, p. 74).

Porém, embora Radway se coloque sob a ilusão da conformidade potencial do romance às posições ideológicas dominantes do patriarcado, as consequências culturais do fandom feminino permanecem ideologicamente ambíguas. Apesar de observar que “o final feliz [nos romances] restabelece o status quo em relações de gênero quando o herói toma a heroína nos braços” (RADWAY, 1987, p. 81), as fãs interpretam esse momento como “uma ocasião para o desfrute vicário do supremo triunfo de uma mulher” ao conservar a sua integridade e conquistar um compromisso formal com o herói e, assim, um signo da “conquista de legitimação e condição de pessoa em uma cultura que lhe destina ambos nos papéis de amante, esposa e mãe” (ibid., p. 84). A ruptura com estruturas existentes de poder e padrões de hegemonia é, portanto, no máximo parcial, especialmente uma vez que, como Heinrich Triepel (1971) já nos lembrava há um século, a hegemonia sempre se localiza num continuum entre a influência e a ordem direta, conseqüentemente baseada em um comprometimento hegemônico que permite a distração e a autogestão para aqueles na posição mais desvantajosa de poder, sem desafiar a estrutura mais ampla designada pela hegemonia.

No estudo de Radway, portanto, encontramos um relato mais detalhado sobre a relação entre

o público fã, a indústria midiática e a cultura hegemônica, na qual a última não é questionada a priori por meio da interação dos dois primeiros. O estudo de McKinley (1997) sobre as fãs do seriado *Barrados no Baile*, sucesso da Fox nos anos 1990, em comparação, impõe outro desafio para a noção de Fiske do fandom como forma de resistência pela qual a cultura popular é identificada como reiteração da cultura hegemônica. McKinley descreve como o programa é consumido de maneira regular, quase sempre coletiva, agradável e lúdica pelas fãs de diferentes grupos etários. No entanto, embora a autora reconheça que o seriado constitui um texto polissêmico, que atrai uma variedade de leituras e interpretações, se preocupa em particular com o modo como o programa simultaneamente “imuniza” os espectadores contra leituras de fato oposicionistas. Nas discussões que se seguem ao acompanhamento de cada episódio, as fãs inspiram-se na representação visual, por exemplo, para descrever a beleza feminina e na descrição narrativa das personagens do programa para a compreensão de si mesmas, assim como das suas realidades sociais. “Ao memorizar e reproduzir as narrativas de *Barrados no Baile*”, como argumenta McKinley (1997, p. 136), “os espectadores organizavam e priorizavam opções de vida que, presumo, funcionavam hegemonicamente para conquistar uma prazerosa permissão para entrar num mundo de potencial limitado para as mulheres”. McKinley, ao focar tramas da narrativa – como a história da professora universitária Lucinda que, após se divorciar do marido, tem um caso com o protagonista Brandon e ainda tenta seduzir o seu amigo Dylan – explica como a leitura ideologicamente dominante do progra-

ma prevaleceu entre as fãs. A personagem, uma mulher mais velha em comparação com os demais personagens do programa e sexualmente assertiva, bem-sucedida profissionalmente e não monogâmica, abre diferentes posições ideológicas na leitura do texto que acabam sendo rejeitadas com mais contundência. Quando Kelly, a jovem heroína e namorada de Dylan, confronta Lucinda por sua tentativa de seduzir o rapaz na sala de aula, o público é convidado a tomar o partido de Kelly – e de fato toma. Nas palavras de uma das entrevistadas de McKinley (1997, p. 208): “Detona, Kelly!”. Nesta identificação partidária “o texto rigorosamente descarta Lucinda como a possibilidade de uma identidade viável” (MCKINLEY, 1997, p. 208). A identificação, portanto, é um fator chave para as relações dos fãs com o texto e para o seu potencial empoderador ou desempoderador. As fãs de *Barrados no Baile* criam uma comunidade imaginada com as personagens principais do programa, situando, assim, a identificação em uma estrutura hegemônica de posições de gênero.

Esse processo constituiu um “falso reconhecimento” de si no sujeito capitalista e patriarcal idealizado que as encantou irresistivelmente. O centro de propriedade do programa ocultou maneiras nas quais a fala agradavelmente misturava narrativas ficcionais e pessoais que privilegiavam certos sentidos e silenciavam outros (MCKINLEY, 1997, p. 236).

Embora McKinley admita que alguns fãs adotem leituras oposicionistas, por exemplo, ao admirar a independência de Lucinda, o verdadeiro poder hegemônico do programa, portanto, residiria na sua capacidade de agenda-setting. Mesmo naqueles casos em que a personagem foi percebida mais



positivamente, sua avaliação foi associada “não às suas conquistas acadêmicas ou ao seu estilo de vida independente, mas antes às maneiras como ela se relaciona com os homens” (MCKINLEY, 1997, p. 237). O estudo de McKinley, portanto, destaca os problemas na conceituação de Fiske do bloco de poder. Em primeiro lugar, a relação de poder entre fã e texto aparenta ser consideravelmente mais assimétrica do que o autor sugere. Textos e leituras polissêmicas funcionam como reafirmação implícita – e integração por meio da identificação pelo espectador – de um acordo patriarcal hegemônico. Há um desafio mais profundo e implícito à conceituação de fandom de Fiske na obra de McKinley. Enquanto Fiske permanece ambíguo quanto à base do bloco de poder tanto nos valores culturais hegemônicos quanto na indústria midiática – se ambos de fato estão analiticamente separados – o estudo de McKinley demonstra que espaços de negociação e, conseqüentemente, empoderamento e resistência, no fandom surgem apenas quando há uma desunião entre os tradicionais valores culturais hegemônicos e o cânone ideológico dos produtores midiáticos (como no caso de Madonna). Quando, porém, os dois coincidem, como no caso da representação de gênero em *Barrados no Baile*, as fãs raramente desafiam os sentidos dominantes propostos. Uma pesquisa recente sobre fenômenos contemporâneos como *Cinquenta Tons de Cinza* (SANDVOSS & VODDEN, no prelo) sugere que no campo do romance e da sexualidade em particular os fãs encontram dificuldades para escapar dos efeitos normalizadores dos textos.

Por outro lado, precisamos examinar a distribuição e a constituição do poder na cultura e

na sociedade em mais detalhes. Fiske subestima a complexidade do bloco de poder e McKinley as práticas dos fãs. A partir da ausência de leituras oposicionistas demonstradas pelas fãs de *Barrados no Baile* no estudo da autora, não podemos deduzir uma incapacidade geral das fãs para desafiar sentidos dominantes. Em vez disso, estas dependem das leituras e textos de fãs, que podem ser finalmente retirados do controle dos produtores midiáticos.

Fanfiction e literatura Slash

Nesse contexto, o estudo de Jenkins (1992) sobre os fãs do seriado *A Bela e a Fera* da CBS, cancelado após três temporadas em 1990, é particularmente emblemático. Embora Jenkins reconheça que os textos populares podem ser lidos a partir de diferentes perspectivas de expectativas de gênero, confirma que a maioria dos membros do grupo de fãs do programa que estudou em Boston considerava o programa um romance popular. No estudo de Radway (1987), a leitura da protagonista (Catherine) pelas fãs evocou noções de “romance ideal” que superam a diferença de gênero e a discriminação: “Catherine – de maneira muito semelhante às fãs, que também trabalhavam fora – deveria reconciliar os seus desejos de autonomia profissional e amor romântico” (JENKINS, 1992, p. 138). A ênfase no romance que se desenrola entre os protagonistas Catherine (a bela) e Vincent (a fera) funcionava, portanto, como o leitmotiv da leitura das fãs do programa, “apresentando uma solução ideológica, uma reconciliação de diferenças, a possibilidade de confiança e intimidade entre duas pessoas que são tão diferentes e, ao mesmo tempo, tão parecidas” (JENKINS, 1992,

p. 142). No entanto, no desfecho relativo do programa televisivo, o fandom das espectadoras de A Bela e a Fera dependia da continuação de tramas da narrativa que permitissem a consumação do romance. Porém, com a partida da protagonista Linda Hamilton e em meio às preocupações da emissora com um público predominantemente feminino, a terceira temporada da série adotou um estilo que privilegiou mais a ação, o que cada vez menos cedia espaço à leitura romântica preferida pelas fãs no estudo de Jenkins (1992). Quando o relacionamento entre os personagens principais enfim progrediu para um plano físico, o programa desapontou drasticamente as expectativas românticas das fãs. Pior, a possibilidade de satisfação romântica foi aniquilada tão logo Catherine foi assassinada e a fúria de Vincent se transformou em uma amostra da guinada em direção a enredos mais violentos. Sentindo-se decepcionadas e traídas, muitas mulheres rejeitaram a terceira temporada como texto de fãs. Apesar dos fãs terem iniciado uma campanha de correspondência em massa para salvar o programa meses antes, o cancelamento após a terceira temporada passou a ser visto como uma benção por muitos fãs cuja admiração se tornara irreconciliável com o texto que ele sobrepunha (ibid.). As fãs de A Bela e a Fera haviam sido absolutamente destituídas dos recursos simbólicos na cultura popular para satisfazer os seus prazeres e necessidades. Jenkins, todavia, não rompe com um entendimento do fandom como tática de resistência. Ao contrário, observa como em seguida ao cancelamento do programa os fãs assumiram a tarefa de desenvolver a narrativa ao redigirem suas próprias histórias sobre Catherine e Vincent, que finalmente satis-

fazem as expectativas gerais. Assim, as fãs de A Bela e a Fera negociam a cultura popular não só nos limites que lhes foram traçados pelo texto, mas dispostas e capazes de criar os próprios recursos simbólicos quando o objeto do fandom produzido em massa desapontou-as. Para Jenkins, uma dimensão chave da resistência tática dos fãs, portanto, reside na criatividade e na produção dos seus próprios textos, que variam da interação coletiva sob a forma de convenções, grupos de discussão online ou encontros regulares de fãs a escrita ou criação de trabalhos de arte, que podem ser observados em diferentes campos do fandom como esporte, música, cinema ou televisão. Os fanzines, por exemplo, formaram uma fonte importante de conhecimento subcultural em áreas tão diversas quanto futebol (HAYNES, 1995; JARY et al. 1991), culturas clubber (THORNTON, 1995) ou góticas (HODKINSON, 2002), enquanto a Internet também ofereceu um meio incomparável para a circulação de fanfiction e outros textos criados por fãs (HELLEKSON & BUSSE, 2006).

A respeito do gênero, o tipo de atividade dos fãs que tem sido mais intimamente associada ao fandom feminino é a redação de fanfiction inspirada em programas de televisão, incluindo o seu gênero mais conhecido, o "slash". A raiz etimológica e histórica da ficção slash se encontra na origem do fandom de Jornada nas Estrelas.

Do início até a metade da década de 1970, surgiram histórias eróticas que enfocavam a relação entre os dois personagens principais do programa em vários lugares e se tornaram conhecidas como Kirk/Spock ou K/S (JONES, 2002; GREEN et al., 1998). A princípio disponíveis na forma de cópias manuscritas ou revistas impressas em con-



venções de fãs ou listas de discussão, a fanfiction proliferou com a expansão do acesso à Internet e se diversificou em termos de distribuição, foco e conteúdo. Porém, as fronteiras entre o slash e outras áreas da fanfiction permanecem acen-tuadamente demarcadas e debatidas tanto por fãs quanto por acadêmicos. Alguns, como Jones (2002), ao focar uma variedade de programas diferentes, incluindo o seriado *Arquivo-X* ou *Xena: a princesa guerreira* vem discutindo sobre como o slash se deslocou de um foco quase exclusiva-mente centrado em relacionamentos homoeró-ticos entre os protagonistas para apresentar um amplo espectro de enredos sobre interação sexu-al envolvendo gêneros iguais ou diferentes. Con-tudo, Brooker (2002, p. 144) observa que, embora ele mesmo tenha questionado se o slash implica exclusivamente pares do mesmo sexo, o seu ar-gumento “não convenceu os autores (...) que se sentiam claramente satisfeitos com convenções não muito lógicas como se vê até hoje”.

Aparentemente, a literatura slash confirma a definição de fandom de Fiske como uma forma discriminativa e produtiva de resistência de gru-pos subordinados. As espectadoras aproveitam os recursos simbólicos da cultura popular e os reformulam de acordo com as próprias necessida-des e desejos. Em contraste com as espectadoras de *Barrados no Baile* ou as leitoras de romances de Radway, elas superam as restrições estrutu-rais da indústria cultural e, um tanto literalmen-te, reescrevem a cultura popular. Essa atividade textual, por conseguinte, coincide com o grau de auto-reflexividade que Giddens (1991) identifica como um mecanismo chave da formação do eu na modernidade. Como Cicioni, por exemplo, conclui,

os fãs de slash são [...] muito mais do que con-sumidores passivos. [Eles] participam de um aprendizado valioso e de um processo liberta-dor: eles reconhecem e verbalizam as próprias necessidades e desejos - às vezes problemáti-cos e contraditórios - e começam a analisar a relação entre as suas próprias sexualidades e subjetividades (CICIONI, 1998, p. 175).

A despeito das afirmações de que a diversida-de temática dos contos slash torna a questão do poder obsoleta (JONES, 2002), a questão sobre como os espaços alternativos de articulação no fandom slash descritos por Cicioni se relacionam às estruturas dos poderes existentes permanece controversa.

As diferentes posições em relação a essa ques-tão estão bem ilustradas nos estudos de Jenkins (1991, 1992) e Camille Bacon-Smith's (1992) sobre a literatura slash inspirada em *Jornada nas Estre-las*. Embora a ênfase nos estudos acadêmicos so-bre a fanfiction baseada em *Jornada nas Estrelas* (ver também: TULLOCH & JENKINS, 1995; PENLEY, 1991; 1997), resultante da origem do slash entre os fãs de *Jornada nas Estrelas*, fosse criticada por uma série de autores de slash (GREEN et al. 1998), e tanto Jenkins quanto Bacon-Smith também do-cumentassem contos slash que se desenvolviam em torno de outros programas como os seriados *The Professionals* ou *Blake's 7*, eles são, ainda as-sim, idealmente inclinados a justapor diferentes posições e orientações teóricas. Bacon-Smith e Jenkins descrevem a textualidade e o contexto social da literatura slash em riqueza de detalhes, fornecendo amplo espaço para a reprodução e o resumo narrativo da fanfiction, assim como dos debates e discussões entre os fãs. Embora não

seja possível reproduzir tamanha minúcia aqui, o seguinte trecho de *Poses*, de Lesley Fish e Joanne Agostino, citado por Jenkins, oferece uma amostra da orientação estilística e narrativa do slash:

Kirk se revirou na cadeira de comando, sentindo o suor encharcar a camisa entre os ombros. Os sentidos pareciam mais aguçados; podia sentir Spock sentado apenas a três metros de distância, observando, esperando, sem dizer nada, mas intensamente sensível. Era como se estivessem conectados por uma corrente elétrica invisível, que mantinha a ambos dolorosamente conscientes um do outro. Ele não conseguia tirar o Vulcano da cabeça, não conseguia ignorá-lo ou parar de pensar nele e nem se concentrar em mais nada (FISH & AGOSTINO apud JENKINS, 1992, p. 199).

Assim, a literatura slash possibilitou que as fãs invadissem o domínio masculino da ficção-científica e estabelecessem o próprio espaço distinto de recepção, produtividade e discussão. Bacon-Smith (1992) categoriza o slash mais detalhadamente como parte de uma série de gêneros de fanfiction centrada em *Jornada nas Estrelas*, surgidos a partir das divisões mais abrangentes entre as histórias dedicadas a “nós” (mulheres) e “eles” (os homens), incluindo as assim chamadas histórias *Mary Sue*, que giram em torno de uma jovem heroína, histórias sem relações sexuais, contos slash com uma mistura de sexo e romance, histórias matriarcais nas quais uma heroína alter-ego e o seu relacionamento sexual com o protagonista (os chamados contos “lay-Spock” ou “lay-Kirk”⁵) e contos do tipo “hurt-comfort” (mágoa/consolo), nos quais os personagens experimentam formas

5 N. da T.: “Lay” é a forma chula para parceiro sexual.

particulares de sofrimento e são subsequentemente consolados. Jenkins (1992), em contraste, enfoca a “estrutura formalista” da literatura slash que se desloca da verdadeira relação entre os personagens no programa de televisão convencional, por meio de uma problematização frequentemente distópica da relação nos confins do texto original, para uma fase catártica de confissão e resolução que culmina na conquista da “utopia masculina” (JENKINS, 1992, p. 215) através do estabelecimento de intimidade sexual. Os textos populares convencionais, em ambos os casos, são fundamentalmente revisados e reescritos.

Para além desse escoamento textual, a literatura slash é acompanhada pelo estabelecimento de estreitas redes sociais de fãs. Bacon-Smith, por exemplo, explica muito detalhadamente os processos de iniciação pelos quais ganhou acesso ao que chama de “círculo” de fãs que estuda. A sua afiliação e compreensão do grupo, porém, apenas se aprofundaram com o passar do tempo, e foi só depois que ela mesma começou a escrever e circular contos slash que conseguiu conhecer a identidade de muitos autores que também usavam sinônimos como as fantasias e problemas particulares de membros individuais do grupo. A esquiva do grupo do olhar público reflete, segundo Bacon-Smith, os riscos que não são apenas evitados mas, em certas ocasiões, até inventados pelos fãs do slash, como em casos de mulheres que trabalham em editoras comerciais e receberam ordem dos empregadores para não participar da redação de *fanfiction*⁶. Ao

6 Enquanto as conclusões de Bacon-Smith necessitam ser lidas em contraposição ao ambiente sociocultural dos subúrbios americanos no final dos anos 1980, o recente estudo de Brooker (2002, p. 133) sobre o fandom de Guerra nas Estrelas indica que, na



assumirem a discricção, tais grupos evocam a noção das “táticas de guerrilha” dos fãs proposta por Fiske e recorrem ao disfarce para evitar o perigo da identificação, após a qual seriam confrontados pelas poderosas convenções do sistema dominante. Entretanto, o relato de Bacon-Smith – que recorrendo à noção de “jogo” evita esse tipo de metáfora belicosa – oferece a oportunidade de estender a lógica da analogia da resistência para além do patamar desenvolvido por Fiske. As fãs da pesquisa de Bacon-Smith não são predominantemente motivadas pela aspiração a uma utopia de futuro. Ao invés disso, como a maioria dos guerrilheiros, suas atividades são reações às lutas e privações da vida cotidiana e à falta de oportunidade para combatê-las no sistema dominante de poder. Como conclui Bacon-Smith (1992, p. 294), “a busca por expressão incentiva a luta por organização e vice-versa, mas ambas sempre são fundadas não por um ideal de como as coisas poderiam ser diferentes, mas de como as mulheres se sentem num momento presente e como podem se agarrar ao que elas realmente são sem perder a cabeça”. Essa concepção de que a relação entre as subculturas dos fãs e as formas dominantes de poder são conseqüentemente antes sustentadas do que subvertidas por meio do fandom é rejeitada por Jenkins. Para Jenkins, Bacon-Smith, ao focar a mágoa e o risco no seu estudo, retrata as fãs como vítimas da sua condição social e cultural e, conseqüentemente, o fandom como

expressão de miséria social ou emocional, chegando perto, de acordo com Jenkins, de “restabelecer o estereótipo patológico dos fãs” (TULLOCH & JENKINS, 1995, p. 203). Em contrapartida, Jenkins enfoca duas histórias escritas pela autora de fanfiction Jane Land como um exemplo de como os fãs têm buscado reescrever “a personagem feminina secundária da série, Christine Chapel, e o desenrolar do seu relacionamento com o companheiro de Enterprise, o tripulante Spock. Para Jenkins, a fanfiction de Land ilustra uma cuidadosa negociação dos papéis de gênero e dos relacionamentos, equilibrando as necessidades biológicas masculinas (como simbolizadas pelo “impulso de acasalamento” de Spock) e autonomia feminina, assim como estruturas sociais que concedem satisfação profissional e pessoal às mulheres. Com referência à natureza polissêmica dos textos televisivos originais de Jornada nas Estrelas, Jenkins conclui que:

a multiplicidade genérica e as contradições ideológicas de Jornada nas Estrelas convidam os fãs a construírem as próprias utopias a partir do material que fornece (...). Ao repensar a visão utópica de Jornada nas Estrelas, [Land] encontra um meio de resgatar personagens femininas do comportamento estereotipado na tela enquanto explica, mais na ficção do que em termos da produção do programa e do contexto da recepção, aquelas forças que impedem que a mulher de Jornada nas Estrelas seja tão bem sucedida quanto o seu potencial sugere (TULLOCH & JENKINS, 1995, p. 212).

As conclusões obtidas por Jenkins e Bacon-Smith garantem uma explicação mais aprofundada. Em primeiro lugar, as diferentes afirmações de ambos quanto ao potencial utópico e progressista do fandom derivam de diferentes posições

sua vasta maioria, os autores de slash ainda evitam a exposição pública: “os autores slash, mesmo os leitores de slash com quem me correspondo, todos exigiram que eu me referisse a eles apenas por meio de pseudônimos, por medo de que os seus patrões ou famílias descobrissem o envolvimento deles com o gênero”.

empíricas e, sobretudo, ideológicas, que refletem gerações diferentes de feminismo. Jenkins (1995) rejeita o que ele descreve como a perspectiva da vitimização no trabalho de Bacon-Smith, em seu relato contrastante sobre o empoderamento feminino. A partir dessas diferenças, resulta, também, a diferença do peso imputado aos aspectos particulares da fanfiction: enquanto Jenkins parece especialmente interessado nos aspectos coletivos e interpessoais, Bacon-Smith enfoca o impacto individual da fanfiction sobre os fãs na vida diária. Contudo, ambos também exploram diferentes fãs, em particular se compararmos a ampla seleção de grupos de fãs com diferentes origens sociodemográficas no trabalho posterior de Jenkins (TULLOCH & JENKINS, 1995). A importância dessas variações é destacada na conclusão de Jenkins no livro *Textual Poachers*:

Eu não estou afirmando que existe nada particularmente empoderador quanto aos textos que os fãs adotam. Porém, estou afirmando que existe algo de empoderador quanto ao que os fãs fazem com esses textos no processo de assimilá-los aos aspectos particulares das suas próprias vidas. O fandom não celebra textos excepcionais, e sim leituras excepcionais (JENKINS, 1992, p. 284).

Se o fandom se baseia principalmente em formas de leitura excepcionais em vez de uma base simbólica partilhada, os níveis de resistência demonstrados no fandom podem variar entre diferentes grupos de fãs. Embora Jenkins e Bacon-Smith aparentemente estudem a mesma cultura fã que a princípio se desenvolve em torno da literatura slash e o fandom de Jornada nas Estrelas no

sentido mais amplo, ambos – ao menos em parte seguem um foco empírico diferente. Naquelas situações em que as constatações de Jenkins sobre os fãs de Jornada nas Estrelas diferem substancialmente das conclusões de Bacon-Smith, as origens dos fãs – estudantes do Massachusetts Institute of Technology (MIT) onde Jenkins leciona, ou a filial de Boston dos Gaylaxians (Gayláticos), um grupo urbano que também se envolve ativamente no movimento pelos direitos dos homossexuais – aparece um contraste acentuado entre idade e classe nas mulheres localizadas na Pensilvânia na pesquisa de Bacon-Smith. É fácil notar a diferença entre o fandom de estudantes de uma das universidades americanas de elite e um grupo de ativistas urbanos dos direitos civis quanto à sua promessa utópica em relação ao fandom de funcionárias públicas e donas-de-casa suburbanas de meia-idade, confrontadas com uma variedade de expectativas discriminativas de gênero. Uma linha importante de distinção no fandom, conseqüentemente, surge ao longo das linhas demográficas e das posições sociais, culturais e econômicas, respectivamente. Todavia, a posição de classe em si é uma categoria insuficiente para dar conta de diferentes sentidos construídos pelos fãs na literatura slash e assim por adiante. Os fãs de Barrados no Baile incluem alunos de outra dentre as principais universidades americanas, Princeton, entrevistados por McKinley (1997), por exemplo, não manifestam formas semelhantes de resistência ideológica ou uma visão utópica. Porém, nenhum deles se envolve com produção textual ou trocas subculturais extensivas comparáveis aos fãs de Jornada nas Estrelas estudada por Jenkins. Nesses padrões de variação da pro-



atividade, portanto, reside um segundo eixo de distinção, o qual pretendo explorar mais profundamente antes de voltar às variações sociodemográficas entre os fãs e suas consequências.

A produtividade dos fãs

Apesar de a literatura slash constituir uma preocupação chave na análise das culturas dos fãs e, assim, continuar constituindo um exemplo bem documentado e ilustrativo da transformação de fãs em produtores, ainda é apenas uma entre as muitas e diversas práticas dos fãs (cf. JENKINS, 1992). Igualmente, o interesse no slash parece variar de maneira relevante entre diferentes culturas de fãs. Brooker, em seu estudo sobre os fãs de Guerra nas Estrelas (2002, p. 132), por exemplo, esforça-se para registrar um interesse dos fãs no slash que corresponda ao que ele descreve como “o entusiasmo pela abordagem e relatos dos pesquisadores de comunicação sobre o slash: “no fim eu tinha (...) apenas três menções sobre o slash, entre as quais duas eu mesmo provoquei”. Entretanto, por mais que as fronteiras do slash sejam contestadas, a distinção entre este e outras formas de fanfiction causaram pouco impacto, relativamente, sobre as suas respectivas importância social e cultural. Como afirma Brooker,

Meu argumento central aqui é que a literatura slash sobre Guerra nas Estrelas desempenha exatamente o mesmo jogo com os textos originais, em um nível formal, assim como a genfic, a sua contraparte heterossexual. As histórias que não têm nada a ver além de preencher lacunas no relacionamento platônico entre Luke e Biggs ou expandir o romance que se desenrola entre Han e Leia não são menos radicais que o slash em termos da sua relação com os tex-

tos originais. O slash depende dos filmes tanto quanto a genfic; e a genfic se inspira nos filmes tanto quanto o slash (BROOKER, 2002, p. 133).

Por sua vez, a fanfiction em si diz respeito a um segmento apenas na ampla variedade de performances e produtividade dos fãs. Novamente, o trabalho de Fiske (1992) fornece um ponto de partida útil aqui, por distinguir entre três formas diferentes de produtividade dos fãs: semiótica, enunciativa e textual. A produtividade semiótica descreve a criação de sentido no processo da leitura e ocorre no plano intrapessoal. A produtividade enunciativa, em contraste, descreve as formas de interação social cultivadas por meio do consumo. Uma dimensão chave dessa produtividade é a troca verbal regular entre os fãs (cf. BROWN 1994; BAYM, 2000) sob a forma de conversas e focas de fãs, as quais, segundo Fiske (1992, p. 38), são responsáveis por “grande parte do prazer do fandom”. A produtividade enunciativa inclui ainda formas prazerosas de comunicação não verbal como a reprodução da imagem de um artista ou o uso de botons para demonstrar afeto pelo time ou programa de televisão favorito. A produtividade textual, finalmente, descreve materiais e textos criados por fãs que se manifestam fisicamente ao serem escritos, editados ou gravados, tal como os fanzines, a fanfiction, os vídeos autoproduzidos ou o cancionero “filk”⁷ (ver: JENKINS, 1992).

Embora, de acordo com Fiske, essas formas de produtividade constituam a base na qual a cultura de massa é transformada em cultura popular por meio da prazerosa e subversiva criação de sentido, a análise dos fãs de Barrados no Baile de McKin-

7 N. da T.: Canções paródicas sobre temas de ficção-científica inspiradas na música folk.

ley (1997) demonstra que nem a produtividade semiótica ou enunciativa garantem uma negociação crítica do enquadramento ideológico dos textos dos fãs. Os fãs textualmente produtivos, contudo, como aqueles estudados por Bacon-Smith (1992), Jenkins (1992) ou Cicioni (1998), reformulam seus textos de maneira que necessariamente deslocam-nos para fora do enquadramento industrial e, assim, convidam à emancipação e à resistência contra esses mesmos enquadramentos. Consequentemente, o fandom pode ser subversivo, em especial quando baseado na produtividade textual, porém, não há nenhum automatismo que posicione as táticas de leitura necessariamente em oposição às estratégias de produção (em massa).

Além do mais, todos os fãs são semiótica e enunciativamente produtivos, embora apenas a minoria dos fãs participe da produção textual. Esse desafio a uma compreensão do fandom como forma de subversão prazerosa no trabalho de Fiske (1989b, 1992) em particular, tem sido discutida de duas maneiras: a primeira sustenta a base normativa da definição de fandom de Fiske e, inversamente, redefiniu o objeto empírico. Em particular, as etnografias de comunidades coesas de fãs com produção textual se baseiam em uma definição estreita de fandom, estudando apenas aqueles que participam ativamente das comunidades de fãs por meio de convenções, encontros e produção textual. Na sua discussão sobre o público de ficção-científica, Tulloch & Jenkins (1995, p. 23), por exemplo, fazem uma distinção entre “fãs, participantes ativos no fandom como uma instituição cultural e interpretativa e os seguidores, integrantes do público que regularmente assistem e apreciam programas midiáticos de ficção-cien-

tífica, mas que não exigem nenhuma identidade social mais ampla como base para esse consumo. O problema é que a segunda suposição de Tulloch & Jenkins, que se ampara fora do escopo da pesquisa, nunca é explorada na reflexão posterior de Tulloch (2000) sobre o seu próprio status inicial de “seguidor” à parte. Contudo, muitos espectadores e leitores que não participam ativamente nas comunidades de fãs e na produtividade textual⁸ adquirem, mesmo assim, uma percepção distinta do eu e da identidade social a partir do consumo como fã (cf. SANDVOSS, 2003). Por outro lado, para sustentar uma definição inclusiva e não normativa do fandom, precisamos desenvolver uma taxonomia dos fãs que leve em consideração os graus variáveis de produtividade e organização social no fandom.

Portanto, o desafio particular é explicar a relação ambígua entre os padrões de consumo dos fãs e não fãs. Os fãs que são semiótica e enunciativamente produtivos e aqueles que são textualmente produtivos se comprometem com o que, à primeira vista, aparentam ser atividades fundamentalmente diferentes. Fãs semiótica e enunciativamente produtivos negociam e se apropriam do objeto de admiração, enquanto os fãs textualmente produtivos criam (novos) objetos de admiração.

8 Enquanto tais fãs tendem a ficar de fora do escopo investigativo dos estudos de fãs qualitativos devido às dificuldades metodológicas no recrutamento de fãs além das comunidades e redes de fãs estabelecidas, a minha pesquisa sobre o fandom de futebol (SANDVOSS, 2003), no qual adotei uma estratégia de amostragem que incluiu fãs que não se envolvem na produtividade textual ou participam das comunidades de fãs, sugere que não existe correlação entre graus de afeto ou prazeres e a produtividade textual ou enunciativa.



Retornando à analogia de Fiske, essa é a diferença entre vestir um jeans de maneira que caia bem e costurar suas próprias calças. Creio que essa divisão aparentemente irreconciliável tem levado muitos pesquisadores a limitar suas ambições teóricas ao grupo particular dos fãs textualmente produtivos. Apesar disso, existem linhas de continuidade. Abercrombie & Longhurst (1998) reconhecem formas variadas de produtividade dos fãs ao localizarem o fandom no espaço transicional entre o consumo e a produção, revelando um continuum em direção aos consumidores comuns em uma ponta até os pequenos produtores na outra. Entre essas duas polaridades encontramos três grupos diferentes de fãs: fãs, adoradores e entusiastas (ver também: CRAWFORD, 2004; LONGHURST, 2007). Dois aspectos são importantes. Em primeiro lugar, a noção de continuum implica uma diferença de grau e não de tipo entre diferentes grupos do público. Os fãs são, portanto, conceituados como parte da nossa compreensão de consumo na vida cotidiana capitalista, não em oposição ao sistema. Em segundo lugar, embora essa categorização de diferentes grupos de fãs reconheça as especificidades na produtividade, também leva em consideração fatores de diferenciação mais profundos sem recorrer a afirmações problemáticas quanto à importância individual do fandom ao criar uma percepção de eu ou de identidade como fazem Tulloch & Jenkins (1995). Abercrombie & Longhurst distinguem os fãs a partir de três eixos: o uso da mídia (a distribuição e a disponibilidade da mídia utilizada, conectividade) até que medida os fãs fazem parte de redes ou comunidades de fãs e o foco (a especificidade do objeto de fandom). O primeiro grupo, “fãs”, acompanha

intensamente um texto ou ícone cultural determinado quase com exclusividade por meio da mídia de massa. Eles fazem parte de um público pulverizado e não estão vinculados um ao outro em um patamar organizacional. Já o uso das mídias pelos adoradores é mais especializado, assim como o seu objeto de fandom. Além disso, eles tendem a desenvolver laços, mesmo que amplamente desorganizados, com outros que partilham esse fandom. No caso dos entusiastas, enfim, o que importa não é tanto o objeto de fandom mediado pelos meios de comunicação de massa (como, por exemplo, um determinado pop star, um programa televisivo ou time de futebol), e sim a sua própria atividade e produtividade textual, que constituem o cerne do fandom. Os entusiastas consomem textos altamente especializados que são produzidos por outros entusiastas, como os fanzines, que são trocados por meio de estruturas organizacionais como as convenções de fãs, fã-clubes ou comunidades online. Todos os três fatores são interdependentes e, em contrapartida, referem-se a diferentes graus de produtividade.

Essa taxonomia é bem apropriada ao estudo do fandom em vários gêneros. Em um trabalho anterior, demonstrei como a ampla faixa de diferentes práticas de fãs no fandom futebolístico pode ser pragmaticamente conceituada com inspiração nesse modelo (SANDVOSS, 2001). O caso do fandom no futebol, porém, também aponta os problemas causados pela terminologia adotada por Abercrombie & Longhurst. Poucos fãs de futebol, ou, a propósito, os fãs da maioria dos demais gêneros, descreveriam a si próprios como adoradores, embora todos os participantes da minha pesquisa se descrevessem como fãs. O uso do termo fã para

descrever apenas um pequeno segmento de consumidores que identificamos como fãs, assim como a conotação religiosa que termos como adoradores carregam, é equivocado. Como adverte Hills (2002, ix), “parece inútil produzir uma taxonomia na qual a definição de ‘fã’ é conflitante com o uso desse termo em quase toda a literatura do campo”.

Todavia, trata-se, antes de qualquer coisa, de um problema de terminologia, não de conteúdo. O modelo de Abercrombie & Longhurst ilustra uma variedade de questões importantes em relação à nossa discussão sobre fandom e poder. Em termos quantitativos, é importante observar que o continuum entre fãs, adoradores e entusiastas forma uma pirâmide ao contrário de uma continuação linear. O recebimento de correspondência, os índices de audiência e a pesquisa de mercado sobre os fãs de música ou futebol ilustram que os fãs que acompanham regularmente um determinado texto de fã na sua forma midiática superam em número aqueles que comparecem a eventos ao vivo ou convenções ou se tornam produtores por si mesmos⁹. Portanto, ‘fãs’ se refere à imensa maioria do continuum de fãs, com um número significativamente menor de adoradores e ainda menor de entusiastas.

9 A pesquisa qualitativa sobre o fandom de futebol fornece uma imagem particularmente clara do tamanho desses diferentes grupos de fãs. Uma pesquisa de 2001 sobre os cinco maiores mercados midiáticos da Europa – Alemanha, França, Espanha, Itália e Inglaterra/País de Gales – revelou que, entre os 170 milhões de espectadores acima de 14 anos que afirmaram se interessar por futebol, 69% assistiam futebol ao menos uma ou duas vezes por semana na televisão (SPORTFIVE, 2002), enquanto apenas 5% compareceram a jogos regularmente durante esse período e meros 3% foram a mais de 20 jogos.

Além disso, essa taxonomia do fandom permite a leitura das diferentes conclusões referentes ao potencial de empoderamento e emancipação à luz dos diferentes grupos de fãs estudados: os fãs de Jornada nas Estrelas e do slash fãs na obra de Bacon-Smith (1992), ou Jenkins (1992), formam claramente um grupo de entusiastas, enquanto McKinley (1997) ou Fiske (1989b) também se preocupam com os fãs e adoradores.

Apesar de todos os paralelos entre esses grupos, isso também destaca uma diferença importante no foco do fandom. Embora para fãs e adoradores o objeto do fandom se encontre em um dado texto mediado, os entusiastas descobrem o seu objeto na sua própria produtividade textual. Porém, os entusiastas, apesar das mudanças radicais do objeto por meio de sua escrita, partilham as mesmas motivações e necessidades articuladas pelos adoradores e fãs. Os três grupos buscam formas textuais que permitam a criação de um sentido particular, experimentado quanto à sua capacidade de corresponder aos desejos, vontades e percepção do eu. Em outras palavras, o fandom e as relações de poder se baseiam na competência dos textos populares, sejam estes produzidos pela indústria midiática dos fãs, para transmitir um sentido que articule a identidade dos fãs e suas posições objetiva e subjetiva na sociedade. Nesse aspecto, agora pretendo me voltar para o enquadramento social, cultural e econômico do fandom articulado na identidade dos fãs e também em sua classificação externa.

Fandom, gosto e distinção

O problema de avaliar noções de cultura popular e fandom como formas de desvio ou subver-



são prazerosas é que a produtividade semiótica, enunciativa e textual dos fãs permite apropriações oposicionistas, mas a quem ou a que essas leituras se opõem depende de fatores externos à interação entre os fãs e os textos produzidos. A oposição, por exemplo, dos fãs de música clássica contra o que considerariam pop comercial “burro” difere claramente no propósito e motivações das leituras oposicionistas das fãs adolescentes de Madonna. Assim, precisamos nos voltar para o contexto da interação entre fãs e o objeto de fandom. Caso houvesse uma divisão simples entre empoderados e desempoderados nas sociedades modernas como Fiske sugere, a tarefa seria relativamente fácil. Contudo, quando o autor argumenta (1992, p. 30) que o fandom está “associado aos gostos culturais de formações subordinadas de pessoas, particularmente aquelas desempoderadas por qualquer combinação de gênero, idade, classe e raça”, não consegue explicar as relações de poder entre esses campos. Baseado em Bourdieu (1984), Fiske reconhece a multipolaridade do poder, mas não discute as consequências na sua compreensão de fandom. Aqui, a analogia de Fiske do fandom como operação de guerrilha semiótica não resiste ao escrutínio crítico: as táticas de guerrilha requerem uma divisão clara – e desigual – de poder. Ao contrário, as relações de poder em muitas culturas de fãs, particularmente aquelas marcadas por uma intensa oposição à cultura oficial, são mais complexas. Na Inglaterra, a delinquência e a violência dos fãs de futebol, por exemplo, constituíam um confronto aberto com o bloco de poder político existente do que foi um governo neoconservador de 1979 em diante. Por outro lado, a oposição deles também era direcio-

nada, e provavelmente bem percebida, por outros grupos desempoderados: espectadores idosos, mulheres e, particularmente, fãs e jogadores não brancos (cf. WILLIAMS & TAYLOR, 1994). A distribuição de poder no fandom, portanto, reflete-se mais adequadamente numa analogia histórica diferente. Com a difusão de poder que sucedeu a queda da União Soviética e, conseqüentemente, do mundo bipolar, a guerrilha como uma forma dominante de confronto militar durante a Guerra Fria cedeu terreno para novas formas de guerra civil e lutas partidárias, resultantes das relações complexas entre grupos desempoderados, assim como a sua oposição a qualquer bloco definível. Para entender as complexas relações de poder e hierarquias no fandom refletidas na analogia da luta partidária, uma série de estudos retornou à análise de Bourdieu sobre o consumo na qual Fiske (1989b; 1992) se inspira de maneira parcial.

A sociologia do consumo de Bourdieu (1984) formou um quadro teórico popular de estudos dos fãs por duas razões. Em primeiro lugar, ela explica os múltiplos fatores por meio dos quais a identidade e a posição de classe são definidas nas sociedades modernas. Além de uma definição marxista de classe em termos de capital econômico e, conseqüentemente, meios de produção, Bourdieu identifica recursos mais importantes que definem posições de classe, tais como capital social, capital de educação e capital cultural. Embora todas essas diferentes formas de capital estejam inter-relacionadas, não são idênticas. O proprietário de uma pequena firma de construção, por exemplo, pode ser considerado mais rico do que um professor universitário ou artista freelancer, mas possuirá um capital cultural mais baixo,

ou, em outras palavras, formas de conhecimento e especialização cultural. Bourdieu, portanto, desenvolve um modelo multidimensional de classe para explicar as diversas relações de poder entre várias posições de classe.

Essas posições de classe – e aqui reside a maior importância da obra de Bourdieu para os estudos dos fãs e públicos – são articuladas por meio do consumo, que também constitui a própria base do fandom: o princípio do gosto como o privilégio de objetos de consumo definidos e distintos. O gosto, de acordo com Bourdieu (1984), baseia-se no ‘habitus’, que, em troca, reflete qualquer combinação de capital social, cultural e econômico. Portanto, o “habitus”, nas palavras de Bourdieu (1984, p. 101), “permite o estabelecimento de uma relação inteligível e necessária entre práticas e uma situação, cujo sentido é produzido pelo habitus por meio de categorias de percepção e admiração que são, por sua vez, produzidas por uma condição social observável”. Para Bourdieu, portanto, o gosto funciona mais como uma premissa e consequência de posições de classe do que como forma de empoderamento. O gosto, por meio do habitus, funciona tanto como “estrutura estruturante” quanto “estruturada” (BOURDIEU, 1984, p. 170). Para colocar de maneira simples, é uma escolha forçada. Não se trata de argumentar que o habitus é necessariamente experimentado como restritivo pelos próprios consumidores ou fãs. De fato, parece plausível sugerir que a intensidade emocional e a exibição pública do consumo no fandom constituem uma celebração do habitus de alguém. O habitus articulado no fandom, por conseguinte, exerce uma dupla função de importância crucial para a percepção do eu num mundo saturado pela

mídia. Ele funciona como uma forma simultânea de comunicação e construção da identidade pela qual as opções de consumo articulam a nossa complexa posição de classe e a construção da identidade, de modo que essa comunicação é tão direcionada para dentro quanto para fora, formando uma percepção de quem somos e acreditamos ser. O gosto, portanto, “funciona como uma espécie de orientação social, uma ‘noção do lugar de alguém’” (BOURDIEU, 1984, p. 466). Esse papel do habitus no fandom tem sido conceituado de três maneiras diferentes: primeiramente, explorando-se em que medida o habitus dos fãs confirma as hierarquias socioculturais existentes; em segundo lugar, examinando-se a oposição entre o habitus dos fãs e as hierarquias culturais existentes e, em terceiro lugar, o enfoque no papel do habitus dos fãs na criação de novas hierarquias em um contexto subcultural para além do escopo das hierarquias culturais existentes.

Não há evidências substanciais que corroborem uma compreensão dos gostos dos fãs como mais um segmento do processo de distinção por meio do consumo alinhada com uma leitura ortodoxa da análise de Bourdieu nos estudos que correlacionaram a escolha do objeto de fandom à posição de classe dos fãs. No seu estudo sobre a base do grupo Viewers for Quality Television (espectadores pela qualidade televisiva), que faz campanha para a continuação de programas com baixa audiência, mas com um séquito de fãs considerável (como Cagney & Lacey, Alien Nation ou o discutido acima Bela & A Fera), Harris (1998b) descreve a participação de fãs no grupo e seus respectivos “gostos de fãs” nesses termos (ver também: BROWER, 1992). O papel do fandom nas



hierarquias culturais existentes de acordo com Harris (1998b, p. 51) é, portanto, “proteger e ampliar o espaço social unido pelo capital cultural”. Da mesma forma, Thomas (2002), no seu estudo sobre os fãs do seriado britânico de detetives Inspetor Morse e da radionovela da BBC *The Archers*, demonstra como a escolha desses programas como objeto de fandom é motivada por combinações particulares de capital social, cultural e econômico dos fãs. A maioria dos entrevistados da pesquisa sobre *The Archers* pertence à classe média. Igualmente, Thomas ilustra como o seu próprio ‘gosto’ por Inspetor Morse é estruturado por meio do habitus, classe e procedência:

Em um nível, julguei as cenas da vida cotidiana da classe média reconfortantes – chá no jardim, porres de xerez, o próprio gosto de Morse por música clássica e bons pubs provincianos. Da mesma forma, o relaxante chá das cinco e o jantar às sete que eu consumia na universidade de Oxford pareceram uma proteção mais adequada do colapso da vida civilizada do que os “chás” com ovos e bacon misturados às pressas – um amálgama de duas refeições – que comíamos em casa. Essas imagens, e a trajetória de classe do próprio Morse, um espelho da minha, fez com que eu sentisse que o que às vezes parecia um pálido reflexo da condição de classe média não era só um produto da minha imaginação, mas uma realidade externa (THOMAS, 2002, p. 2).

Embora Thomas hesite em descrever seu próprio fandom como simples articulação de posição de classe ou “como uma aspiração da condição classe média” e, ao contrário, decide resumir-lo a “uma busca por uma origem cultural” (THOMAS, 2002, p. 2), ilustra com isso o enquadramento dual, interior e exterior do habitus. Porém, ape-

sar de ambos, Harris e Thomas, estabelecerem uma conexão entre posição de classe e escolha do objeto de consumo no fandom, outros fatores sociodemográficos, e nenhum deles mais do que o gênero, compõem como linhas de distinção igualmente (quando não mais) importantes. Os membros do grupo *Viewers for Quality Television* são “principalmente mulheres” (HARRIS, 1998b), enquanto 78% dos respondentes na pesquisa de Thomas (2002) sobre *The Archers* são mulheres e quase 100% delas brancas. Por conseguinte, apesar de a classe ser um fator importante para o consumo e a distinção dos fãs, é apenas uma de uma série de variáveis sociodemográficas importantes. Observações semelhantes se aplicam ao fandom esportivo (SANDVOSS, 2003a) e musical (CHRISTENSON & PETERSON, 1988), nos quais o gênero emerge junto como um eixo importante de distinção e à custa da classe (ERICKSON, 1996). Mesmo aqueles estudos que atestam a relação entre classe e gostos dos fãs indicam uma necessidade de ampliar a nossa compreensão das influências estruturantes do habitus na cultura popular contemporânea para além da classe.

As discrepâncias entre a ênfase de Bourdieu na classe e na emergência de linhas diferentes de distinção no fandom repercutem as críticas frequentemente dirigidas à obra do autor: em primeiro lugar, seu entendimento de classe como estrutura de captura é demasiado estreito e determinista (GANS, 1966; HONNETH, 1986; DIMAGGIO, 1979) e, em segundo lugar, a suposição equivocada de sentidos fixos para objetos de consumo (GROSSBERG, 1985; FROW, 1987; FENSTER, 1991) incorre na subestimação da liberdade individual que os consumidores e públicos exercem

por meio das escolhas de consumo. Ambas as críticas são inextrincavelmente ligadas ao papel cada vez mais influente da mídia (eletrônica) de massa no consumo e distribuição da cultura popular. Aparentemente, a acessibilidade universal da cultura popular conduziu a uma proliferação do consumo dos fãs nas diferentes classes e o desaparecimento de uma cultura oficial induzida pelo interesse cultural burguês, o qual, como observou Frow, também permaneceu insuficientemente explorada quanto às relações de poder por Bourdieu. A mídia de massa, de acordo com críticos americanos como Lewis (1987), cria, assim, um espaço de consumo independente de classe (cf. PATTERSON & KERN, 1996). Entretanto, como vimos acima, afirmar o desaparecimento da classe como fator de distinção na cultura popular parece no mínimo prematuro.

Fiske (1992, p. 43), ao mencionar as práticas específicas de consumo dos fãs baseadas no conhecimento extensivo tanto do texto quanto do contexto do objeto de fandom, faz uma distinção entre o “habitus dominante” da cultura oficial, que é usado como um agente de discriminação, e o “habitus popular” que, em contraste, funciona como agente de participação e forma de conhecimento empoderador que permite que os fãs “enxerguem através dos processos de produção normalmente ocultos pelo texto”. Todavia, Fiske permanece vago quando se trata de como e contra quem o habitus popular empodera os fãs.

Seu exemplo de um fã inspirado pelo sucesso de um atleta negro do mesmo time mal sugere uma disposição anti-hegemônica do habitus popular. Para responder a qualquer uma dessas duas per-

guntas, precisamos observar em mais detalhes as práticas de distinção dos fãs.

Embora tenha se tornado cada vez mais difícil ligar textos específicos de fãs particularmente àqueles distribuídos pela mídia de massa de alcance praticamente universal, como a televisão, às posições em um modelo multidimensional de classe, isso não significa que elas cessem de funcionar como significantes de posições de classe, idade ou gênero a partir da posição subjetiva do fã. O estudo de Thomas (2002) sobre Inspetor Morse ilustra bem esse ponto. Apesar de observar como suas próprias posições socioeconômicas e as de seus entrevistados se refletem nas leituras do programa, a autora igualmente reconhece que “os programas contêm a hierarquia completa de gosto analisada por Bourdieu: para simplificar, talvez exista algo para todos, desde o mais ascético intelectual até a feminista radical, passando pelo ouvinte da Radio 2 no trânsito” (THOMAS, 2002, p. 94). Antes de deixar de significar hierarquias culturais, os objetos de fandom populares em meio a divisões sociodemográficas representam subjetivamente uma multiplicidade de posições.

Em uma nota à parte, é válido mencionar que o mesmo processo se aplica não só a objetos de fandom, mas também ao processo reverso de discriminação textual por meio da rejeição a determinados textos populares em um esforço de “distinção negativa” daqueles públicos rotulados como “antifãs” (THEODOROPOULOU, 1999; GRAY, 2003, SANDVOSS, 2013a). Jancovich (2001), por exemplo, observa como a crítica popular da revista Playboy, particularmente por meio da noção de “pseudointelectual”, reforça as hierarquias culturais. Apesar da capacidade de apropriação



dos textos de fãs a partir de um leque de posições de classe levantar questões importantes quanto à natureza dos sentidos articulados no fandom, o desafio à compreensão de Bourdieu do gosto como estrutura estruturada e estruturante que mantém hierarquias culturais é relativo. Ele ilustra a mudança de ênfase dos textos e produtos para as práticas de consumo como agentes de distinção. Isso, por sua vez, já é reconhecido na atenção de Bourdieu para o que tanto quanto para como isso é consumido. A respeito do exemplo do esporte, o autor argumenta que:

como os agentes apreendem objetos por meio dos esquemas de percepção e admiração dos seus habitus, seria ingênuo supor que todos os praticantes do mesmo esporte (ou mesmo qualquer outra prática) conferem o mesmo sentido sobre a prática ou ainda, falando estritamente, que eles estão praticando a mesma prática (BOURDIEU 1984, p. 211).

Assim, as variações nas práticas fãs – mais do que os objetos de fandom – são cada vez mais indicativos de diferenças sociais e culturais. O contraste nos seguintes relatos dos dois fãs de futebol – o primeiro de um engenheiro aposentado, o segundo de uma assistente social de meia idade de origem proletária, que na época da entrevista estava desempregada – refletem a importância das práticas de consumo como significantes das posições sócio-demográficas dos fãs (citado em SANDVOSS, 2003 p. 23-4):

Isso [torcer pelo Bayer] faz parte do meu tempo livre. Eu jogo xadrez, trabalhei para a companhia elétrica local e descobri um clube esportivo lá. Jogamos futebol há anos por lá. Joguei tênis, apaixonadamente. Eles também têm um time de basquete muito bom [Bayer]. A minha

esposa e eu temos ingressos para a temporada deles [...] Fora isso, existem outras atividades de lazer, às vezes vamos ao teatro [...] Eu diria que o futebol é apenas uma parte disso tudo (Sr. Perschul, fã do Bayer Leverkusen).

Eu preciso disso [torcer pelo Bayer] como uma válvula de escape depois de acumular duas semanas de frustrações. Eu fico muito mais calmo durante a temporada de futebol. Eu apenas grito o tempo inteiro. Eu grito “cuzão”, “punheteiro”, e, quando o jogo acaba, eu volto pra casa e me sinto melhor (Chris, fã do Bayer Leverkusen).

Por meio dessas variações das práticas de consumo, as hierarquias culturais continuam no campo do fandom a despeito de uma falta crescente de significação externa por meio de determinados objetos. Porém, como objetos culturais específicos são cada vez menos reconhecidos como significantes universais de posições socio-demográficas, como a distinção é cada vez mais baseada nas práticas de consumo, o público para o qual essa distinção se dirige muda. São principalmente fãs do mesmo tipo que reconhecerão as diferenças sutis nas opções de consumo – entre um ingresso de temporada para o setor da torcida ou em qualquer outro lugar no estádio ou entre os álbuns com gravações piratas de shows (bootlegs) com rótulo branco e as coletâneas – e práticas de consumo, como formas apropriadas de aparência e participação, por exemplo, numa exibição do filme *Rocky Horror Picture Show*. Consequentemente, nas culturas fãs, formam-se novas hierarquias culturais. Nesse espírito, estudos recentes sobre o fandom inspirados em Bourdieu (HARRIS, 1998b; DELL, 1998; BROWN,

1997; ERICKSON, 1996; THORNTON, 1995) não só posicionaram o fandom nas hierarquias da cultura oficial como destacaram a reprodução de hierarquias nas subculturas.

O influente estudo de Thornton (1995) sobre a cultura clubber dos primeiros anos da Acid House pretende demonstrar como os espaços aparentemente independentes de classes nas culturas fãs, particularmente nas culturas juvenis, não são – ao contrário da interpretação de Hebdige (1979) acerca da formação do estilo como bricolage – construídos contra as relações de poder na sociedade em geral e sim alinhados a elas. Em sua análise das interações entre vários grupos como os clubbers de ocasião, colecionadores de discos dedicados e semiprofissionais como os DJs, Thornton identifica uma replicação do habitus na subcultura que, em contraste com o habitus popular de Fiske, continua a transmitir o poder discriminativo do habitus oficial. Nessa base, Thornton traça uma distinção entre ser empoderado e sentir-se empoderado. Enquanto este último é provocado por meio da relativa insignificância da classe na formação da cultura juvenil, dada a “renda ainda consideravelmente arbitrária da maioria das pessoas entre 16 e 24 anos” (THORNTON, 1995, p. 103), formas mais amplas de discriminação social continuam, por exemplo, através das quotas de admissão para homens negros nas festas rave, e novas hierarquias culturais são criadas. Nessas hierarquias, as normas estéticas burguesas são substituídas pelos motes subculturais de “autenticidade” e “atualidade”. Ser antenado, ficar por dentro sobre os clubes noturnos, os discos e a moda se tornam significantes de status cultural e, portanto, funcionam como “capital subcultural”.

Esse capital subcultural é construído em oposição à classe, porém sustenta outras relações sociais de poder, pois funciona como “o fulcro de uma hierarquia alternativa na qual os eixos de idade, gênero, sexualidade e raça são todos empregados para manter as determinações de classe, renda e profissão encurraladas” (THORNTON, 1995, p. 105). E como outras culturas de fãs – como os fãs de Dr. Who, que se definem em contraposição a outros programas de ficção-científica como Jornada nas Estrelas ou Blake’s 7 (TULLOCH & JENKINS, 1995) ou os fãs de horror que constroem o próprio fandom com referência aos subgêneros ou fanzines que eles rejeitam (CHERRY, 2002) – ele é construído contra o Outro imaginado como “a lógica social do capital subcultural se revela mais claramente pelo que não se gosta e pelo que não se é enfaticamente” (THORNTON, 1995, p. 105): a noção de “mainstream”, que é definida principalmente por meio de formas diferentes de mídia (de massa). O capital subcultural é obtido por meio de mídias de nicho como estações de rádios piratas, bootlegs ou revistas de baixa circulação subcultural, enquanto simultaneamente são ameaçados e mantidos por meio da cobertura a cultura rave no maior jornal tabloide da Grã-Bretanha, o Sun. A cobertura da mídia de massa foi inicialmente negativa e houve pânico midiáticos sobre os eventos rave e a sua cultura relacionada às drogas, servidas para reforçar a legitimidade subcultural do fandom rave, embora nos anos subsequentes a cobertura tenha se tornado mais simpática, incluindo dicas sobre como dançar nas raves – “o jeito perfeito para perder perfeito” constituiu o “beijo da morte subcultural” (THORNTON, 1995, p. 135). Essa oposição entre a cultura fã e mains-



tream não apenas refletem diferentes formas de uso da mídia e da produtividade como descrito por Abercrombie & Longhurst (1998), mas se torna ela mesma uma fonte de discriminação. O Outro imaginado do mainstream na cultura clubber é predominantemente projetado nas mulheres participantes. A bolsa de mão, carregada pela clubber brega, alheia às convenções da moda subcultural, torna-se um significante da mulher mainstream (THORNTON, 1995). Em vez de empoderar as fãs, a lógica subcultural de atualidade e autenticidade, assim, evoca a feminização da cultura de massa por teóricos culturais (cf. HUYSSSEN, 1986).

Entre as culturas juvenis existe uma dupla articulação do baixo e do feminino: outras culturas rebaixadas são caracterizadas como femininas e culturas femininas são desvalorizadas como imitadoras e passivas. A cultura autêntica, por contraste, retratada em termos isentos de gênero ou masculino permanece como uma prerrogativa dos meninos (THORNTON, 1995, p. 105).

Por meio do capital subcultural, discriminações e relações de poder são mantidas e reconstituídas no fandom e a lógica da distinção pelo consumo de Bourdieu se estende às fãs que procuram se posicionar em oposição à cultura oficial. De acordo com Brown (1997), que analisa o papel do capital cultural no fandom das revistas em quadrinhos, as culturas fãs, portanto, funcionam como um substituto para o status cultural que é “negado em outros lugares”, reproduzindo a cultura oficial em detalhes: “a economia cultural paralela do fandom de quadrinhos observa todos os mesmos marcadores estéticos do bom gosto que a cultura oficial” (BROWN, 1997, p. 28). O impulso estruturante e classificador do fandom, é claro, também

opera em relação àqueles que pesquisam os fãs academicamente. Hills (2002) em particular apontou as semelhanças na construção dos fãs assim como as hierarquias acadêmicas¹⁰. De fato, na ocasião, os discursos acadêmicos formatam tais hierarquias no fandom, como ilustrada pela noção de “cult”. A confusão sobre o que significa “cult” é ilustrada pela profunda ausência de um acordo básico quanto a que textos particulares podem ser descritos com exatidão como cult (GRANT, 2000)¹¹. Para complicar ainda mais as coisas, o rótulo cult tem sido promiscuamente associado a textos em mídias e gêneros diferentes. Os filmes cult, por exemplo – caso presumíssemos por ora que podemos descrevê-los como filmes cult antes da existência de uma definição comum – originam-se numa variedade de gêneros estabelecidos incluindo faroeste, musicais ou ficção-científica, filmes noir, filmes de guerra, filmes policiais e comédias românticas. Na ausência de uma definição genérica, os textos cult são, portanto, definidos

10 Hills também questiona a compreensão de Thornton sobre a compreensão das culturas fãs no aspecto de que a sua própria posição de classe com respeito à carreira acadêmica permanece inexplorada: “o sistema de valor dos estudos culturais acadêmicos é tacitamente presumido, mas nunca sujeitado à mesma análise que as suas respondentes” (HILLS, 2002, p. 54). Porém, Thornton (1995, p. 162) tem consciência de que o seu próprio estudo, como qualquer outro discurso sociológico, “reestrutura reflexivamente o tema” (GIDDENS, 1990, p. 43), ao passo em que uma análise aprofundada do capital cultural na área profissional acadêmica e editorial simplesmente reside fora do seu tema.

11 Grant (2000) destaca as diferentes classificações do O Gabinete do Dr. Caligari (1919), que é identificado como “o filme cult por excelência” por Hoberman & Rosenbaum (1983), enquanto o mesmo filme não é mencionado em outras obras sobre filmes cult (PEARY, 1981).

pelos modos particulares de leitura e consumo pelos fãs. Na sua definição de cult, Harper & Mendik (2000a) recorrem mais ao público do que os próprios filmes:

O filme cult atrai o núcleo (duro) do interesse do envolvimento da audiência que não é apenas o resultado da busca aleatória e desorientada, mas antes de uma combinação de intenso envolvimento físico e emocional. [...] O efeito que ele produz não é simplesmente um vínculo afetivo com o texto, mas uma forma ritualística próxima da obsessão (HARPER & MENDIK, 2000^a, p. 7).

Esse uso da noção de cult, por sua vez, reflete o habitus do fã. Harper & Mendik (2000^a, p. 7) evidentemente engajam-se num processo de distinção quando proclamam que os prazeres experimentados pelo espectador de filmes cult são superiores (“tal estimulação é mais do que prazerosa, é orgasmática!”). O que pode ser descrito como cult, portanto, não pode ser definido em termos textuais, mas deve ser julgado a posteriori em relação às práticas de consumo que, em contrapartida, refletem o habitus do fã. Aqui reside a importância do “cult” como elemento de distinção no fandom. Por meio dessas classificações do seu objeto de fandom como superior, os fãs cult tendem a comunicar um capital social e cultural definido contra o mainstream.

Não é nenhuma surpresa que, ao olhar além do seu potencial estruturante para o uso estruturado do termo, a noção de cult gozou de popularidade entre professores e acadêmicos que se encontram sob uma pressão particular para legitimar os próprios padrões de consumo em relação ao capital educacional. Se no caso da defe-

sa de Hunter (2000) de Showgirls (1995), de Paul Verhoven, ou o estudo de Osgerby (2000) sobre Thunderbirds, o rótulo “cult” estabelece legitimidade cultural para textos de outra forma pouco valorizados, variando da representação gráfica da violência até o Kitsch ou mesmo a pornografia hardcore (KRZYWINSKA, 2000). A noção de cult, no entanto, reproduz as hierarquias culturais no consumo e apropriação do texto. Como Jancovich (2002, p. 312) argumenta, o cinema cult (ou ‘paracinema’) é “no mínimo tão preocupado em afirmar a sua superioridade sobre aqueles que ele concebe como as vítimas degradadas da cultura mainstream comercial quanto em fornecer um desafio para a academia e o cinema de arte”.

Em poucas palavras, o fandom, portanto, não pode ser definido por meio de princípios inerentes de resistência. No mundo mediado e saturado, o habitus não é mais significado por meio do objeto externo. Consequentemente, a gravidade da significação social se deslocou das estruturas textuais objetivamente identificáveis associadas a posições de classe determinadas, para leituras e apropriações constituídas subjetivamente de textos de fãs que também refletem uma distribuição de poder multipolar na complexa conectividade entre classe, gênero e etnia. Assim, o objeto de distinção no fandom não é mais o texto, mas o sentido constituído na interação entre texto e leitor. Da mesma forma, a chave para a compreensão das recompensas emocionais do fandom, assim como as suas consequências sociais e culturais, se deslocam das questões macro de poder, hegemonia e subversão para questões de eu e identidade no fandom.



CONCLUSÃO

Neste artigo revisei as preocupações teóricas originais sobre poder e resistência que motivaram a primeira e a segunda onda de estudos dos fãs. Ao examinar criticamente a noção de fandom de Fiske como forma de empoderamento, ressalté a necessidade de uma análise simbólica tanto do “bloco de poder” quanto das práticas dos fãs. As diferentes articulações de gênero no fandom ilustram que nem os textos de fãs midiáticos, tampouco a leitura dos fãs de tais textos podem ser facilmente identificadas como hegemônicas ou subversivas. As diferentes práticas dos fãs, em particular, as quais Fiske categoriza proficuamente de forma resumida como produtividade semiótica, enunciativa e textual, constituem diferentes graus de apropriação do texto dos fãs, que, em si mesmo, não pode ser classificado ideologicamente com facilidade. Além disso, a produtividade textual em particular, assim como no caso da literatura slash e outros tipos de fanfiction, geralmente rompe com os enquadramentos culturais e ideológicos do texto de fãs e reformula o seu conteúdo de maneira radical. Igualmente, a origem social e cultural dos fãs é essencial para erodir ou reafirmar as relações de poder existentes. Portanto, conceituei as práticas de fãs distinguindo entre diferentes grupos, assim como explorei a leitura da posição dos mesmos sob a perspectiva do habitus como, segundo Bourdieu, uma estrutura estruturada e estruturante. Em combinação, estas ilustram não só a posição do fandom nas hierarquias culturais existentes, que não permitem simples oposições bipolares entre mídia e públicos, mas também as tendências de reprodução dessas

hierarquias na cultura fã. Apesar da questão de poder ser claramente importante, dada a proeminência do fandom como um recurso simbólico, não pode, portanto, ser subordinada sob o emblema da “resistência prazerosa”. Ao contrário, também precisamos nos voltar para a relevância do fandom para o eu e a sua representação para os outros – é nessa tarefa que os estudos de fãs contemporâneos e o corpo de trabalho que descrevemos como “A Terceira Onda” (GRAY et al., 2007) embarcou.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABERCROMBIE, N. and LONGHURST, B. (1998) *Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination*, London: Sage.
- ANG, I (1985) *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, London: Methuen
- BACON-SMITH, C. (1992) *Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- BACON-SMITH, C. (2000) *Science Fiction Culture*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- BAKHTIN, (1968) *Rebelais and His World*, Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology Press.
- BARKER, M. (1993) ‘Seeing how far you can see: on being a ‘fan’ of 2000 AD’, in: D. Buckingham, (ed.) *Reading Audiences: Young People and the Media*, Manchester: Manchester University Press.
- BARKER, M. (1998) ‘Taking the extreme case: understanding of fascist fan of Judge Dredd’, in: D. Cartmell et al. (eds) *Trash Aesthetics: Popular Culture and its Audience*, London: Pluto Press.

- BARKER, M. and Brooks, K. (1998) *Knowing Audiences: Judge Dredd: Its Friends, Fans and Foes*, Luton: Luton University Press.
- BAYM, N. K. (2000) *Tune In, Log On: Soaps, Fandom, and Online Community*, Thousand Oaks, CA and London: Sage.
- BOURDIEU, P. (1984) *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, London: Routledge & Kegan Paul.
- BRAILSFORD, D. (1991) *Sport, Time and Society - The British at Play*, London: Routledge.
- BROOKER, W. (2002) *Using the Force: Creativity, Community and Star Wars Fans*, London: Continuum.
- BROWER, S. (1992) 'Fans as Tastemakers: Viewers for Quality Television', in: L. A. Lewis (ed.) *Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, London: Routledge.
- BROWN, J. A. (1997) 'Comic book fandom and cultural capital', in: *Journal of Popular Culture*, 30 (4): 13-31.
- BROWN, J. D. and Schulze, L. (1990), 'The Effects of Race, Gender, and Fandom on Audience Interpretations of Madonna's Music Videos', in: *Journal of Communication*, 40 (2), 88-102.
- BROWN, M. E (1994) *Soap Opera and Women's Talk: The Pleasure of Resistance*, London and Thousand Oaks, CA: Sage.
- BROWN, M.E. (1987) 'The Politics of Soaps: Pleasure and Feminine Empowerment', in: *Australian Journal of Cultural Studies*, 4(2), 1-25.
- CHERRY, B. (2002) 'Screaming for Release: Femininity and Horror Film Fandom in Britain', in: S. Chibnall and J. Petley (eds) *British Horror Cinema*, London: Routledge.
- Christenson, P. and Peterson, J. P. (1988) 'Genre and gender in the structure of music preferences', in: *Communication Research*, 15(3), 282-301.
- CICIONI, M. (1998) 'Male Pair-Bonds and from wrong desire in Slash Writing', in: C. Harris (ed.) *Theorizing Fandom: Fans, Subculture and Identity*, Cresskill, NJ: Hampton Press.
- CLERC, S. J. (1996) 'DDEB, GATB, MPPB, and Ratboy: The X-Files' Media Fandom, Couldry, N. (2002) *Media Rituals*, Routledge: London.
- CRAWFORD, G. (2004) *Consuming Sport*, London: Routledge.
- DE CERTEAU, M. (1984) *The Practice of Everyday Life*, Berkley and Los Angeles: University of California Press.
- DELL, C. (1998) "'Lookit That Hunk of Man": Subversive Pleasures, Female Fandom and Professional Wrestling', in C. Harris (ed.) *Theorizing Fandom: Fans, Subculture and Identity*, Cresskill, NJ: Hampton Press.
- DIMAGGIO, P. (1979) 'Review Essay: on Pierre Bourdieu', in: *American Journal of Sociology*, 84(6): 1460-74.
- ECO, U. (1986) *Travels in Hyperreality*, London: Picador.
- ERICKSON, B. (1996) 'Culture, class and connections', in: *American Journal of Sociology*, 102 (1), 217-51.
- EVANS, W. (1990) 'The Interpretative Turn in Media Research', in: *Critical Studies in Mass Communications*, 7 (2), 147-68-68.
- FENSTER, M. (1991) 'The problem of taste within the problematic of culture', in: *Communication Theory*, 1(2): 87-105.



- FISKE, J. (1992) 'The Cultural Economy of Fandom', in: L. A. Lewis (ed.) *The Adoring Audience*, London: Routledge.
- FRANK, L. and Smith, P. (1993) *Madonnarama*, Pittsburgh, PA: Cleis Press.
- FROW, J. (1987) 'Accounting for tastes: some problems in Bourdieu's sociology of culture', in: *Cultural Studies*, 1(1): 59-73.
- GANS, H. (1966) 'Popular culture in America: social problem in a mass society or asset in a pluralistic society', in: H. S. Becker (ed.) *Social Problems: A Modern Approach*, New York: Wiley.
- GANTZ, W. and Wenner, L. A. (1991) 'Men, women, and sports: audience experiences and effects', in *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 35, 233-43.
- GIDDENS, A. (1990) *The Consequences of Modernity*, Cambridge: Polity Press.
- _____. (1991) *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*, Cambridge: Polity Press.
- GOSLING, V. (2007) 'Girls Allowed?: The Marginalization of Females in Sport', in: J.A. Gray et al (eds.) *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*, New York: New York University Press.
- GRANT, B. K. (2000) 'Second Thoughts on Double Features: Revisiting the Cult Film', in: X. Mendik and G. Harper (eds) *Unruly Pleasures: The Cult Film and Its Critics*, Guildford: FAB Press.
- GRAY, J.A., Sandvoss, C., and Harrington, C.L. (2007) 'Why study Fans?' in: J. Gray, C. Sandvoss and C.L. Harrington (eds.) *Fandom: Identities and communities in a mediated world*, New York University Press: New York.
- GREEN, S., Jenkins, C, Jenkins, H. (1998) 'Normal female Interest in men bonking: Selections from the Terra Nostra Underground and Strange Bedfellows', in: C. Harris (ed.) *Theorizing Fandom: Fans, Subculture and Identity*, Cresskill, NJ: Hampton Press.
- GROSSBERG, L. (1985) 'Critical theory and the politics of empirical research', in: M. Gurevitch and M.R. Levy (eds) *Mass Communication Review Yearbook*, Beverly Hills: Sage.
- HARGREAVES, J. (1986) *Sport, Power and Culture*, Cambridge: Polity Press.
- HARRINGTON, C. L. and Bielby, D. (1995) *Soap Fans: Pursuing Pleasure and Making Meaning in Everyday Life*, Philadelphia: Temple University Press.
- HARRIS, C. (1998a) 'Introduction', in C. Harris (ed.) *Theorizing Fandom: Fans, Subculture and Identity*, Cresskill, NJ: Hampton Press.
- HARRIS, C. (1998b) 'A Sociology of Television Fandom', in: C. Harris (ed.) *Theorizing Fandom: Fans, Subculture and Identity*, Cresskill, NJ: Hampton Press.
- HAYNES, R. (1995) *The Football Imagination: The Rise of Football Fanzines Culture*, Aldershot: Arena.
- HEBDIGE, D. (1979) *Subculture: the Meaning of Style*, London and New York: Routledge.
- HELLEKSON, K. and Busse, K. (2006) *Fan Fiction and Fan Communities in the Internet Age*, Jefferson, NC: McFarland.
- HILLS, M. (2002) *Fan Cultures*, London Routledge.
- HOBERMAN, J. and ROSENBAUM, J. (1983) *Midnight Movies*, New York: Harper.

- HODKINSON, P. (2002) *Goth: Identity, Style and Subculture*, Oxford: Berg.
- HOLT, R. (1989) *Sport and the British: A Modern History*, Oxford Studies in Social History, Oxford: Oxford University Press.
- HUNTER, I. (2000) 'Beaver Las Vegas! A Fan-Boys Defence of Showgirls', in: X. Mendik and G. Harper. (eds) *Unruly Pleasures: The Cult Film and Its Critics*, Guildford: FAB Press.
- HUYSEN, A. (1986) *After the Great Divide: Modernism, Mass Culture, Postmodernism*, Bloomington: Indiana University Press.
- JANCOVICH, M. (2001) 'Placing Sex: Sexuality, Taste and Middlebrow Culture in the Reception of Playboy Magazine', in: *Intensities, the Journal of Cult Media*, 2, <<http://www.cult-media.com/issue2/Ajanc.htm>>.
- JANCOVICH, M. (2002) 'Cult Fictions: Cult Movies, Subcultural Capital and the Production of Cultural Distinctions' in: *Cultural Studies* 16(2): 306-322.
- JARY, D., Horne, J. and Buckle, T. (1991) 'Football fanzines and football culture: a case of successful cultural contestation', in: *The Sociological Review*, 39(3), 581-98.
- JENKINS, H. (1992) *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, New York: Routledge.
- JONES, S. G. (2002) 'The sex lives of cult television characters', in: *Screen*, 43(1), 79-90.
- KELLNER, D. (1995) *Media Culture: Cultural Studies, Identity, and Politics between the Modern and the Postmodern*, New York: Routledge.
- KING, A. (1998) *The End of Terraces: The Transformation of English football in the 1990s*, Leicester University Press, London.
- KRZYWINSKA, T. (2000) 'The Dynamics of Squirting: Female Ejaculation and Lactation in Hardcore Film', in: X. Mendik and G. Harper (eds) *Unruly Pleasures: The Cult Film and Its Critics*, Guildford : FAB Press.
- LAMB, P.F. and Veith, D.L. (1986) 'Romantic myth, transcendence and Star Trek zines,' in: D. Palumbo (ed) (2000) *Erotic Universe: Sexuality and Fantastic Literature*, New York: Greenwood Press.
- LIVINGSTONE, S. (1998) *Making Sense of Television: The Psychology of Audience Interpretation*, London: Routledge.
- LONGHURST, B. (2007) *Cultural Change and Ordinary Life*, Columbus: McGraw Hill.
- MCKINLEY, E. G. (1997) *Beverly Hills, 90210: Television, Gender and Identity*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- MIKLITSCH, R (1998) *From Hegel to Madonna: Towards a General Economy of Commodity Fetishism*, New York: State University of New York Press.
- MORLEY, D. (1986) *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*, Comedia, London: Routledge.
- OSGERBY, B. (2000) 'Stand-By For Action: Gerry Anderson, Supermarionation and the 'White Heat of Sixties Modernity'', in: X. Mendik and G. Harper (eds) *Unruly Pleasures: The Cult Film and Its Critics*, Guildford : FAB Press.
- PEARSON, R. (2007) 'Bachies, Bardies, Trekkies, and Sherlockians', in: J.A. Gray et al (eds.) *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*, New York: New York University Press.



- PENLEY, C. (1991) 'Brownian Motion: Women, Tactics and Technology', in: A. Ross and C. Penley (eds) *Technoculture*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- PENLEY, C. (1997) *NASA/Trek: Popular Science and Sex in America*, London: Verso.
- RADWAY, J. (1987) *Reading the Romance: Women, Patriarchy and Popular Literature*, London: Verso.
- RUDDOCK, A. (2005) 'Let's kick racism out of football – and the lefties too!' in: *Journal of Sport and Social Issues*, 29(4): 369-385.
- SANDVOSS, Cornel (2003) *A Game of Two Halves: Football, Television and Globalization, Comedia*, London: Routledge.
- _____. (2007) 'Public and Publicness: Media Sport in the Public Sphere', in: Richard Butsch (ed.) *Media and Public Spheres*, Palgrave: Houndmills, Basingstoke.
- _____. (2012a) 'Enthusiasm, Trust, and its Erosion in Mediated Politics: On Fans of Obama and the Liberal Democrats', in: *European Journal of Communication*, 27(1).
- _____. (2012b) 'Jeux Sans Frontières: Europeanisation and the Erosion of National Categories in European Club Football Competition', in: *Politique Européenne*, N° 36: 76-101.
- SCHULZE, L. White, A. B., & BROWN, J. D. (1993): "'A Sacred Monster in Her Prime": Audience Construction of Madonna as Low-Other, in: C. Schwichtenberg (eds) *The Madonna Connection: Representational Politics, Subcultural Identities, and Cultural Theory*, Oxford and Boulder, Col.: Westview.
- SCHURR, K. T., Wittig, A. F., RUBLE, V.E. and ELLEN, A. S. (1988) 'Demographic and personality characteristics associated with persistent, occasional, and non-attendance of university male basketball games by college students', in: *Journal of Sport Behaviour*, 11, 3-17.
- SEXTON, A. (ed.) (1993) *Desperately Seeking Madonna*, New York: Delta Books.
- SILVERSTONE, R. (1994) *Television and Everyday Life*, London: Routledge.
- SKUSE, A. (2002) 'Vagueness, familiarity and social realism: making meaning of radio soap opera in south-east Afghanistan', in: *Media Culture and Society*, 24(3), 409-27.
- SPIGEL, L. (1992) *Make Room for TV: Television and the Family Ideal in Post-War America*, Chicago: Chicago University Press.
- SPORTFIVE (2002) *European Football: Markets, Events, Clubs, Media, Brands*, Hamburg.
- TANKEL, J.D. and Murphy, K. (1998) 'Collecting comic books: a study of the fan and curatorial consumption', in: C. Harris (ed.) *Theorizing Fandom: Fans, Subculture and Identity*, Cresskill, NJ: Hampton Press.
- TESTER, K. (1994) *Media, Culture, and Morality*, New York: Routledge.
- THEODOROPOULOU, P. (1999) *Mapping out Fanland*, unpublished dissertation, LSE, University of London.
- THOMAS, L. (2002) *Fans, Feminism and Quality Media*, London: Routledge.
- THOMPSON, J. B. (1995) *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*, Cambridge: Polity Press.

THORNTON, S. (1995) *Club Cultures: Music; Media and Subcultural Capital*, Cambridge: Polity Press.

TRIEPEL, H. (1974) *Die Hegemonie: Ein Buch von führenden Staaten*, (2. Neudruck), Aalen.

TULLOCH, J and JENKINS, H. (1995) *Science Fiction Audiences: Watching Dr Who and Star Trek*, London and New York: Routledge.

TULLOCH, J. (2000) *Watching Television Audiences: Cultural Theories and Methods*, London: Arnold.

_____. (2007) 'Fans of Chekhov: Re-Approaching "High Culture"', in: J.A. Gray et al (eds.) *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*, New York: New York University Press.

UFA (1998), *UFA Fußballstudie: Marketinginformationen für Vereine, Medien und Werbung*, Hamburg: UFA Sports GmbH.

_____. (1998), *UFA Fußballstudie: Marketinginformationen für Vereine, Medien und Werbung*, Hamburg: UFA Sports GmbH.

WANN, D. L., BILYEU, H. K., BRENNAN, K., OSBORNE, H. and GAMBOURAS, A.F. (1999) 'An exploratory investigation of the relationship between sport fan motivation and race', in: *Perception and Motor Skills*, 88, 10018-84.

WANN, D.L., MELNICK, M.L., RUSSEL, G.W. and PEASE, D.G. (2001) *Sport Fans: the Psychology and Social Impact of Spectators*, New York: Routledge.

WILLIAMS, J. and TAYLOR, R. (1994) 'Boys keep swinging: masculinity and football culture in England', in: T. Newbourn and E. Stanko (1994) *Just Boys Doing Business*, Routledge, London.

