

A autoria nas produções de fãs sob a cultura da convergência.

AMANDA PACCANARO MARINO¹, MÔNICA LIMA DE FARIA²

¹ Universidade Federal de Pelotas – amandapaccanaro@gmail.com

² Universidade Federal de Pelotas – monicalfaria@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Ainda se é forte a concepção de que o gênio é aquele que provém uma criação totalmente independente, dotado de talento; tal ideia acaba, na verdade, por banalizar a autoria que envolve a apropriação e reinterpretação de ideias e objetos por meio da subjetividade crítica, derivada da bagagem cultural do próprio autor, portanto, jamais emancipada.

Provida da comunicação de singularidades estéticas e ideológicas que, por sua vez, se formam ainda mesmo antes de sua criação, a produção autoral ainda é interferida de interpretações externas dos seus leitores. Uma produção autoral está relacionada à pluralidade de saberes que se comunicam por meio do autor, das obras e dos receptores.

Uma cultura alternativa que tem uma produção semelhante à concepção de autoria é a dos fãs. Esses indivíduos, tidos a princípio como consumidores de uma produção industrial, desenvolvem laços sociais a partir dos mesmos gostos pessoais por um objeto idolatrado. Para eles, a leitura é apenas o começo do complexo processo de consumo.

2. METODOLOGIA

A cultura dos fãs (*fandom*) está diretamente ligada à cultura da convergência (JENKINS, 2015), que por sua vez, aborda um conjunto de mudanças repentinas na tecnologia, indústria, cultura e sociedade permitindo a organização de indivíduos que compartilhem dos mesmos conhecimentos e gostos, denominados como fãs. Através da tecnologia das mídias sociais, é possível uma hierarquia social horizontal dentro dos fãs clubes facilitando a comunicação de saberes o que torna esses espaços digitais de interação em verdadeiras salas de aulas propensas a embasamentos teóricos e analíticos, promovendo um outro nível de aprendizagem.

Produções independentes de variadas áreas são submetidas pelos próprios participantes para o consumo no seu respectivo fãs clube, onde podem ser alvo de apreciações e/ou críticas que propiciam o crescimento da sua produção pessoal. Entre as produções, as artísticas estão em destaque, sendo elas *fanfics* (ficção de fãs, peça escrita), *fanarts* (arte de fãs, obras artísticas visuais) e *fanfilms* (filme de fãs, peças audiovisuais).

A aglomeração de mídias em meio a convergência dispõe um acúmulo de informações que podem trazer dúvidas sobre o que seria de fato uma produção digna de autoria ou não. A concepção arcaica de que o fãs é uma consequência do fenômeno das celebridades, como uma resposta aos meios de comunicação de massa (CURI, 2010 *apud* COSTA, 2018) é outro fato que sustenta a banalização da cultura e produções dos fãs. Uma vez excluídos pela cultura dominante, coube aos próprios fãs o desenvolvimento de uma sociedade funcional que sane seus desejos de consumo através desses produtos independentes.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O empenho para desenvolvimento de produtos dos fãs pode ser explicado pela alta necessidade de novidades e consumo imediato do objeto idolatrado que a indústria não consegue sanar. Quanto maior o número de fãs, maior a quantidade de produtos confeccionados, propiciando uma variedade de opções de consumo. Entretanto, devido à alta convergência midiática, é possível que esses produtos se tornem alvos da efemeridade.

O processo de criação dos fãs é baseado na apropriação do objeto idolatrado por meio de análises e subjetividades que podem ser compartilhadas no fã clube. A produção mecânica (LUPTON, 1998 *apud* WEYMAR, 2010) faz surgir novos produtos que abordam o assunto de modo crítico e estético. Depois da elaboração prática, as peças acabam voltando para a análise dentro da comunidade online dos fãs, que, por sua vez, também têm suas necessidades de consumo saciadas.

Esse sistema de produção é, de fato, bem semelhante ao do mercado, onde são lançados diversos produtos sobre o mesmo objeto. O diferencial é que, além da opção de um só autor desenvolver várias peças, também há a possibilidade de uma mesma peça ser desenvolvida por vários autores/fãs, agregando subjetividades e saberes diversos que enriquecem ainda mais o significado daquele objeto.

A sociedade dos fãs provém do mercado e ainda se auto sustenta (economicamente) mesmo que esse não seja seu objetivo, qualificando ainda com isso, novas tendências ao mercado. A qualidade de posse de um produto do objeto idolatrado é o que contribui para um comércio nesta comunidade, visando que a posse qualifica o membro dentro da hierarquia social do fã clube, mesmo ela sendo horizontal. Vale destacar também que os produtos não oficiais costumam ser mais baratos que os oficiais, assim, o fã consegue adquirir um objeto querido mesmo que não tenha muito poder aquisitivo.

Ao geral, trata-se de uma comunidade que se une através dos mesmos gostos e saberes rompendo com fronteiras culturais tradicionais, cooperando entre si para agregar e auxiliar aos outros membros em suas práticas e conhecimentos.

4. CONCLUSÕES

Uma autoria convicta não é emancipada, ela depende de objetos externos e também sofre da subjetividade do autor, que por sua vez é persuadido conforme o meio social. O processo da criação autoral é complexo, dispendo também da bagagem cultural e interpretações dos leitores.

O fã, visto aqui como um consumidor produtor, desenvolve seus conhecimentos e amplia os saberes a partir do objeto de interesse próprio através de suas criações, que possuem o apoio e suporte dos outros membros do fã clube. Em uma ampla escala, a convergência midiática surge como um potencializador para a diversidade e riqueza de saberes, tornando os espaços de tiação em veículos de aprendizagem.

A incorporação da subjetividade e imaginação dentro de suas criações é somente o início para o fã autor, uma vez que esse aspecto é variável e assim,

libertário. No pensamento Nietzsche, o estilo não é diferente da estética, da comunicação ou expressão, sendo ele dependente do público que atinge, mensagem que transmite e subjetividades do autor (RABELO, 2013), assim, a mudança de um estilo (estético) seria o mesmo que a mudança de uma mensagem, ideia ou expressão (subjetividade crítica e ideológica).

Visando o processo de criação e submissão das produções no meio cultural dos fãs, é possível elencar que esses também são autores aptos de desenvolver habilidades e crescimento intelectual e profissional dentro e fora do fã clube. Essa sociedade de produtores autores são os criadores da cultura do futuro, com suas próprias normas, valores e economia.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COSTA, S. M. **Fanworks de fanworks: a rede produção dos fãs**. 2018. Tese (Doutorado) Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

CURI, P. P. Entre fan arts, fan fictions e fan films: o consumo dos fãs gerando uma nova cultura. In: **VI ENECULT: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA**, 4., 2010, Salvador: Facom - UFBA, 2010. v. 15, p. 1-15. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/wordpress/24831.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2020

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Aleph, 2015. 432 p. Tradução de Susana Alexandria. Disponível em: https://www.nucleodespesquisadosex-votos.org/uploads/4/4/8/9/4489229/cultura_da_convergencia_-_henry_jenkins.pdf. Acesso em: 10 dez. 2020.

WEYMAR, L. B. C. **Design entre aspas: indícios de autoria nas marcas da comunicação gráfica**. 2010. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação da Faculdade dos Meios de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

RABELO, R. Para os conceitos de estilo e grande estilo no velho Nietzsche. **Artefilosofia**, Ouro Preto, n.14, p.126-136, 2013.