



PÓS**COM**

Programa de Pós-Graduação
em Comunicação
e Territorialidades - UFES

O ATIVISMO DE FÃS E A REPRESENTAÇÃO LGBTQIAP+: UMA REVISÃO DO ESTADO DA ARTE DA PESQUISA

Nathalia Louro Andrade¹

Daniela Zanetti²

Palavras-chave:

Cultura de Fãs; Representatividade LGBTQIAP+; Mídia Digital; Ativismo de Fãs.

RESUMO EXPANDIDO

Este estudo realiza uma revisão narrativa de literatura para investigar o "estado da arte" das pesquisas que conectam comunidades de fãs, produções audiovisuais para web e a representatividade LGBTQIAP+. A pesquisa busca compreender os principais debates, estabelecer um diálogo entre autores e identificar lacunas no campo. A questão norteadora é: quais são as contribuições e as lacunas da literatura acadêmica sobre cultura de fãs em plataformas digitais, com foco nas representações LGBTQIAP+ em produções audiovisuais, considerando as temáticas e abordagens metodológicas dos estudos existentes? Para garantir o rigor científico, a revisão seguiu critérios de inclusão e exclusão, selecionou bases de dados confiáveis e definiu descritores específicos para a busca.

¹ Mestranda do Curso de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo – UFES. nathaliaaldrade@hotmail.com.

² Professora orientadora: Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), daniela.zanetti@ufes.br.

Para a seleção do material analisado neste trabalho, foram utilizadas diferentes bases de dados, como Scielo, Portal de Periódicos da CAPES e Redalyc. Como critérios de inclusão, os estudos deveriam: a) ser artigos publicados em periódicos e/ou apresentados em congressos; b) estar redigidos em português, inglês ou espanhol; c) abordar a relação entre as comunidades de fãs e as produções audiovisuais narrativas, ou entre as comunidades de fãs e a representação LGBTQIAP+; d) ter sido produzidos nos últimos 10 anos; e) ser estudos de comunicação. Já como critérios de exclusão, desconsideramos estudos que: a) não estejam disponíveis integralmente; b) não abordem o comportamento dos fãs especificamente nas plataformas digitais; c) sejam duplicados e/ou versões preliminares de outros já incluídos.

Para conduzir as buscas nas bases mencionadas anteriormente, inicialmente utilizamos os descritores (“Comunidade de Fãs” OR “Fandoms” OR “Fãs” OR “Fan Communities” OR “Fã”) AND (“Representação” OR “LGBTQIAP+” OR “Comunidade LGBT” OR “Representatividade” OR “LGBT+”) e posteriormente por (“Comunidade de Fãs” OR “Fandoms” OR “Fãs” OR “Fan Communities” OR “Fã”) AND (“Audiovisual” OR “Streaming” OR “YouTube” OR “Websérie”). Dessa forma, foi possível reunir um maior número de estudos na área de interesse, permitindo a aplicação dos critérios de inclusão e exclusão necessários.

Após combinar os resultados de duas buscas, chegamos a um total de 52 estudos. Neles, foram identificadas temáticas recorrentes como o caráter transmidiático do consumo dos fãs, que destaca seu papel ativo nas narrativas, e o estudo de produções independentes dos fandoms (fanfics, fanarts, etc.), muitas vezes com foco em seu potencial como ferramenta educacional. Outros trabalhos exploram as relações e mobilizações das comunidades online e o papel destas na formação da identidade individual. Através da aplicação dos critérios de exclusão, os estudos foram filtrados em etapas: primeiramente, foram excluídos 11 trabalhos com base em seus títulos; em seguida, outros 19 foram eliminados após a análise das palavras-chave e da temática geral. Por fim, 18 estudos foram descartados após a análise de seus resumos, por não relacionarem os três eixos temáticos com o comportamento dos fãs em plataformas

digitais. Esse processo resultou na seleção de 4 estudos para compor a revisão narrativa.

Organizamos as principais informações, como título, autores, resumo, DOI ou URL e ano de publicação, sobre os quatro artigos finais em uma tabela única para melhor visualização e compreensão.

| Nº | TÍTULO | AUTORES | RESUMO | DOI/URL | ANO |
|----|---|---|--|---|------|
| 1 | Activismo del fandom Limantha en Twitter: análisis de la competencia mediática en la discusión de las causas sociales | Gabriela Borges e Daiana Sigiliano | O artigo analisa como fãs do ship Limantha, da novela Malhação: Viva a Diferença, usaram o Twitter para ampliar e ressignificar temas sociais da trama. Utiliza como base teórica as dimensões da competência midiática de Ferrés e Piscitelli. Conclui que os fãs aprofundam os debates ao relacioná-los com experiências pessoais. | http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2022000100302&lang=pt | 2022 |
| 2 | Compromisso com a Liberdade: A Luta dos Fãs pela Representatividade das Identidades Políticas | André Luiz Maranhão de Souza-Leão, Bruno Rafael Torres Ferreira e Bruno Melo Moura. | O estudo investiga como os fãs reagem à inserção de identidades políticas na cultura pop, analisando o fórum TheForce.net com base na arqueogenealogia de Foucault. Identifica o consumo como prática moral e forma de resistência por representatividade na indústria do entretenimento. | http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1806-48922022000400638&lang=pt | 2022 |
| 3 | "De westeros no #vemprarua à shippagem do beijo gay na TV brasileira". Ativismo de fãs: conceitos, resistências e práticas na cultura digital | Adriana Amaral, Rosana Vieira Souza e Camila Monteiro. | O artigo discute o ativismo de fãs como forma de resistência cultural, destacando como a busca por intimidade com celebridades impulsiona práticas que atravessam os limites do fandom e ressignificam a relação entre consumo e cidadania. | http://doi.org/10.1590/1982-25542015120250 | 2015 |
| 4 | Fãs, representação e ativismo: shipping de casais homoafetivos na teledramaturgia da Rede Globo | Cecília Almeida Rodrigues Lima e Gêsa Karla Cavalcanti. | O artigo analisa o ativismo de fãs shippers de casais lésbicos em novelas da Globo no Twitter, destacando suas estratégias de defesa da representatividade LGBTQ. A pesquisa mostra que esses fãs dominam as ferramentas digitais e atuam coletivamente frente à ameaça de censura. | https://doi.org/10.34176/icone.v16i1.237466 | 2018 |

Tabela 1: Informações relevantes referente aos artigos selecionados. | **Fonte:** autoria própria.

Os 4 estudos em destaque nessa revisão de literatura compartilham o mesmo eixo

temático, estabelecendo uma relação entre as comunidades digitais formadas pelos fandoms e questões de identidade e representatividade, por meio do que os autores chamam de ativismo de fãs. O estudo de Borges e Sigiliano (2022) analisou o fandom de um casal da novela *Malhação*, constatando que os fãs criaram um ambiente de debate sobre temas sociais, uma prática potencializada pela cultura de compartilhamento e colaboração. De forma similar, Souza-Leão, Ferreira e Moura (2022) corroboram essa ideia ao investigar a reação dos fãs de *Star Wars*, concluindo que eles estão cientes de que suas interações online questionam as estruturas sociais. Outro estudo, de Amaral, Souza e Monteiro (2015), discute de forma mais ampla as produções dos fandoms como formas de mobilização e resistência. As autoras abordam a complexidade de como os fãs ativistas coexistem e, ao mesmo tempo, buscam mudar o sistema hegemônico, definindo o ativismo de fãs como uma forma sutil de resistência cultural ou micro-resistência cotidiana.

Enquanto Lima e Cavalcanti (2018) analisaram o ativismo de fãs shippers de casais lésbicos em novelas da Globo, identificando como esses grupos se organizam para reivindicar representação LGBTQIAP+ na mídia. A pesquisa reforça que a identidade sexual e o desejo por representação são essenciais para a formação desses fandoms, mas também ecoa o ponto de Amaral, Souza e Monteiro (2015) sobre a existência desse ativismo dentro de um sistema hegemônico.

No que diz respeito à metodologia, a maioria dos estudos analisados adotou abordagens especializadas para investigar fenômenos sociais em ambientes digitais. O estudo de número 3 optou por uma reflexão teórica, enquanto os estudos 2 e 4 recorreram à netnografia de Kozinets (2010, 2020), e o estudo 1 utilizou a Análise de Redes Sociais (ARS) de Recuero, Bastos e Zago (2015). É importante notar que, embora ambas as abordagens possam ser aplicadas ao mesmo tipo de fenômeno, elas produzem resultados de naturezas distintas, com a netnografia focando em dados qualitativos através da observação das interações, e a ARS trabalhando com dados quantitativos para identificar padrões e conexões.

Adicionalmente, os estudos 1 e 2 empregaram metodologias complementares. O

estudo de número 1 utilizou a ARS para coletar dados que foram subsequentemente analisados pelo método de Análise das Dimensões da Competência Midiática de Ferrés e Piscitelli (2015), o que permitiu uma reflexão sobre como as temáticas do produto audiovisual eram interpretadas pelos fãs. Por sua vez, o estudo de número 2 construiu seu corpus de pesquisa a partir de dados netnográficos para uma análise foucaultiana, buscando compreender os discursos dos fãs sobre a inserção da representatividade e mapear as relações entre as práticas discursivas e não discursivas.

Por fim, a revisão de literatura apresentada demonstra que, apesar da ampla pesquisa sobre cultura de fãs, persistem lacunas significativas na área da comunicação. A principal delas é a escassez de estudos sobre fandoms de produções audiovisuais para web, especialmente aquelas disponíveis em plataformas de streaming gratuitas. Além disso, há uma notável falta de pesquisas que explorem a fundo a conexão entre a representatividade LGBTQIAP+ nessas narrativas e seu impacto no processo de identificação dos fãs. Este trabalho, portanto, serve como ponto de partida para futuras investigações, visando preencher essas lacunas e avançar no debate sobre a construção de identidades, o papel ativo da audiência e o potencial da mídia digital para promover a diversidade e a inclusão.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Adriana; SOUZA, Rosana Vieira; MONTEIRO, Camila. **“De westeros no #vemprarua à shippagem do beijo gay na TV brasileira”. Ativismo de fãs: conceitos, resistências e práticas na cultura digital.** Galáxia (São Paulo), n. 29, p. 141–154, jun. 2015.

BORGES, G. & SIGILIANO, D. (2022). **Activismo del fandom Limantha en Twitter: análisis de la competencia mediática en la discusión de las causas sociales.**

Comunicación y Sociedad, e8299. <https://doi.org/10.32870/cys.v2022.8299>

CORRÊA, Maurício de V.; ROZADOS, Helen B. F. (2017). **A netnografia como método de pesquisa em Ciência da Informação**. Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, 22(49). DOI: <https://doi.org/10.5007/1518-2924.2017v22n49p1>

FERRÉS, J. & PISCITELLI, A. (2015). **Competência midiática: proposta articulada de dimensões e indicadores**. Lumina, 9(1), 1-16. <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/21183>

KOZINETTS, Robert V. (2010). **Netnography. Doing Ethnographic Research Online**. Londres: SAGE.

KOZINETTS, R. V. (2020). **Netnography: The essential guide to qualitative social media research**. Doing ethnographic research online. Sage. <http://dx.doi.org/10.4324/9781003001430>

LIMA, Cecília Almeida Rodrigues; CAVALCANTI, Gêsa Karla. **Fãs, representação ativismo: shipping de casais homoafetivos na teledramaturgia da Rede Globo**. Ícone, v.16, n. 1, p. 100, 15 out. 2018.

RECUERO, R., BASTOS, M. & ZAGO, G. (2015). **Análise de Redes para Mídia Social**. Sulina.

SOUZA-LEÃO, A. L. M., FERREIRA, B. R. T., & MOURA, B. M. (2022). **Compromisso com a liberdade: a luta dos fãs pela representatividade das identidades políticas**. Revista Brasileira de Gestão de Negócios, 24(4), p.638-654. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v24i4.4202>.