

Pensando a produção de fãs com Bourdieu, Adorno e Horkheimer¹

Eloá Gaspar Barreto²

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC-Rio

Resumo

Apresentando o produto audiovisual *Moon Lovers* e outros produtos culturais midiáticos que o antecede e se derivam dele, esta pesquisa discute o que é a produção de fãs à luz do pensamento crítico de Adorno e Horkheimer (1985) sobre a indústria cultural; e principalmente das contribuições de Bourdieu (1989, 1997) sobre poder simbólico, além de sua análise de um meio de comunicação de massa intimamente ligado aos objetos de admiração e desejo dos produtores fãs. Conquistando, ao fim do trabalho, uma percepção crítica que foge de uma concepção unilateral e limitante do que é a produção de fãs e sua relação com a indústria cultural e os produtos da cultura de massa.

Palavras-chave: produção de fãs; produtos midiáticos; fã; indústria cultural.

Para analisar a produção de fãs a partir da leitura de Pierre Bourdieu (1989,1997), Theodor Adorno e Max Horkheimer (1985), faz-se necessário ilustrar o que é esta produção, especificando que a percepção registrada neste trabalho sobre o tema foi construída a partir de uma sequência de anos de estudos iniciados em 2014, que produziram duas monografias e uma dissertação, além de artigos e capítulos de livros que impactaram este texto direta ou indiretamente.

Moon Lovers e produção de fãs

Moon Lovers Scarlet Heart Ryeo, lançado em 2016, é um produto audiovisual popularmente conhecido como k-drama, que pode ser entendido como séries televisivas, dramas, ou mesmo novelas sul-coreanas. Também é muito comum o uso do termo dorama para se referir a esse tipo de produção, que possui basicamente o mesmo significado, no entanto, trata-se de um termo que se refere originalmente às produções japonesas, que devido a difusão global desse tipo de produto acabou sendo um termo guarda-chuva que serve para categorizar os produtos audiovisuais seriados produzidos e

¹ Trabalho apresentado no GP Tecnologias e Culturas Digitais, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda do PPGCOM/PUC-Rio e bolsista CNPq - eloagasparbarreto@gmail.com

distribuídos pelo leste asiático (Barreto, 2022), atualmente abrangendo também outras regiões da Ásia.

Neste trabalho, recorrerei ao termo k-drama para me referir a *Moon Lovers*, essa escolha se deu porque o produto em questão é uma releitura do c-drama (nome dado aos dramas chineses) *Scarlet Heart* lançado em 2011, baseado no romance *Bu Bu Jing Xin* de Tong Hua, publicado em 2007.

Moon Lovers é inegavelmente um trabalho que se enquadra na lógica dos *transformative works*³, expressão utilizada pela *Organization for Transformative Works*⁴ (OTW) para se referir a trabalhos culturais que surgem da transformação de outros produtos culturais já existentes.

É importante pontuar que ao analisar a produção de fã ao longo dos anos e observando o *Archive of Our Own*⁵ (AO3) - projeto do OTW que funciona basicamente como um site de hospedagem de fanfics (com mais de 12 milhões de produções) - produtos culturais, para essa área de estudo, são compreendidas não apenas como livros, filmes, k-dramas, c-dramas, músicas, jogos de videogame, podcasts ou peças de teatro, marcas, redes sociais, pessoas não ficcionais como cantores, atores, jogadores de futebol, influencers e personalidades históricas também se encaixam nessa categoria e se tornam pontos de partida para *transformative works* e produções de fã.

Apesar de toda produção de fãs ser um *transformative work*, nem todo *transformative work* é uma produção de fã, *Moon Lovers* é prova disso. Mesmo que Kim Kyu-tae, diretor da versão sul-coreano e Baek Choong Hwa, responsável pela produção do k-drama, sejam possíveis fãs do drama chinês *Scarlet Heart* ou ainda do romance *Bu Bu Jing Xin* de Tong Hua, *Moon Lovers* não pode ser entendido como uma produção de fãs, isso porque este tipo de produção carrega diversas características para além de uma admiração ou mesmo paixão por um produto cultural, também compreendido neste universo como *canon*.

Apesar de *Moon Lovers* não ser um produto de fãs, ele é um eficiente objeto de apresentação desse conceito, mas para isso é necessário mais alguns esclarecimentos

³“Transformative works are creative works about characters or settings created by fans of the original work, rather than by the original creators. Transformative works include but are not limited to fanfiction, real person fiction, fan vids, and graphics. A transformative use is one that, in the words of the U.S. Supreme Court, adds something new, with a further purpose or different character, altering the [source] with new expression, meaning, or message” (Definição da Organization for Transformative Works)

⁴ <https://www.transformativeworks.org/>

⁵ <https://archiveofourown.org/>

sobre esse melodrama que não fez sucesso na Coreia do Sul, mas foi muito popular na China, Estados Unidos e Brasil como apontou Rosa (2019) ao analisar os pontos de audiência e outros medidores de recepção desse k-drama.

Moon Lovers carrega as características que Ben Singer (2004) atribui a uma obra melodramática, para o autor “o melodrama da virada do século passou a acumular uma série de emoções” (Singer, 2004 p.134) e em sua entrevista a revista Eco-Pós afirmou que “maior parte dos filmes realizados são melodramáticos” (Singer, 2014 p.3).

Essas reflexões de Singer, principalmente sobre a maioria dos filmes realizados serem melodramas, leva a ponderar sobre uma afirmação de Adorno e Horkheimer (1989, p. 100) “a cultura contemporânea confere a tudo um ar de semelhança”, ao afirmar isso os autores estão expressando uma ideia que se arrasta ao longo de seu trabalho, de que a sociedade contemporânea foi moldada e condicionada a um pensamento homogêneo que se manifesta nos produtos da indústria cultural e é condicionado por eles, que, ao mesmo tempo que busca produzir uma falsa sensação de escolha e independência, oferece uma gama de produtos iguais tornando impossível uma escolha concreta.

Moon Lovers, trata-se de um drama repleto de apelos ao sensível e esses apelos não se dá apenas na narrativa melodramática, cheia de traições, reviravoltas, tensões, paixões e decepções, há um apelo emocional já na composição de seu elenco, algo que afeta mais diretamente o sujeito fã.

Fraade-Blanc e Glazer (2018) resumiram em uma linha a diferença entre um consumidor e um fã “Os consumidores dão o seu dinheiro a uma marca. Os fãs dão sua energia e tempo”. Fãs são fiéis e apaixonados, capazes de consumir produtos que não são necessariamente de seu interesse por si só, apenas pelo fato de seu objeto de admiração estar conectado ao produto.

Sendo assim, o interesse em *Moon Lovers* também se dá pela presença de celebridades do k-pop, gênero musical sul-coreano que ficou mundialmente conhecido graças ao fenômeno hallyu, compreendido como a onda sul coreana, que foi basicamente à popularização da cultura sul coreana fora da Coreia do Sul, ganhado mais força no Brasil a partir de 2011 (Bernardo e Lima, 2019).

Um elenco com a presença de *idols* do k-pop, também explica o sucesso de *Moon Lovers* na China, e até mesmo nos Estados Unidos, após ser traduzido e

distribuído por emissoras e plataformas oficiais nesses países. Já no Brasil, o reconhecimento de *Moon Lovers* não dependeu apenas das características anteriormente apresentadas e seu sucesso nem sequer pode ser medido em números ditos mais oficiais, como pontos de audiência na televisão ou visualizações em uma plataforma de streaming.

Até o momento em que esse trabalho foi produzido *Moon Lovers* não constava no catálogo de nenhum streaming regular como: Netflix, Prime Video, HBO Max, Globoplay, ou mesmo YouTube e Viki, sendo este último uma plataforma especializada em doramas, que tem seu serviço de legenda fortemente atrelado aos legendadores fãs e que em sua versão norte-americana possui *Moon Lovers* no catálogo, já na versão brasileira há apenas as duas temporadas de Coração Escarlate, apresentado aqui como *Scarlet Heart*.

No Brasil, *Moon Lovers* foi veiculado pelos grupos de *fansubbing* que, segundo Sigiliano e Borges (2019), esta prática nada mais é que a produção e o compartilhamento de legendas para produtos audiovisuais realizada por um ou mais fãs.

Ao ser traduzido, legendado e distribuído por fãs no Brasil, *Moon Lovers* além de ser um *transformative work*, também torna-se parte de uma produção de fãs, é certo que com sua exibição e popularização em outros países, o k-drama dialogou e foi base para outras produções de fãs anteriormente, mas aqui nos interessa o momento de entrada no território online brasileiro e como esse processo é importante para compreensão da diferença de um *transformative work* e uma produção de fãs.

Assim como outras produções de fãs, os *fansubs* (indivíduos ou grupos que praticam o *fansubbing*) se tornaram o que são atualmente graças à criação e popularização da internet, porém sua existência antecede essa popularização. Segundo Sousa (2011), por volta dos anos de 1980 traduções e legendas já eram realizadas por grupos de fãs que disponibilizavam as edições através de fitas VHS. A partir do surgimento da internet banda larga e outras inovações tecnológicas, a prática do *fansubbing* se tornou mais comum e criou-se um modelo de produção de legenda seguido amplamente pelos fãs, nas traduções das mais diversas línguas.

Os *fansubs* são reconhecidos dentro das comunidades fãs (também conhecidas como fandoms) como democratizadores do acesso aos mais diversos produtos audiovisuais, sendo alvo frequente de críticas sobre a legalidade desta prática, já que os

fansubs não se limitam apenas a produtos como *Moon Lovers*, mas também a outros produtos disponibilizados por plataformas de streaming regulares, emissoras e outros meios.

Além de *fansubs*, outras produções de fãs como fanfics e *fan films* têm um objetivo em comum, que é o consumo produtivo de seus objetos de admiração, desejo ou mesmo fixação, buscando resignifica-los, transformá-los, por vezes critica-los e mesmo que possa soar paradoxal, já que é um trabalho essencialmente transformativo, também tem o objetivo de conservar e proteger o *canon*, principalmente do esquecimento e do desuso (Barreto, 2022).

Tudo isso pautado em uma economia moral que “se refere às normas de valor moral e social e os entendimentos mútuos que permitem que as duas partes envolvidas conduzam negócios” (Sigiliano e Borges, 2019). Na produção de fãs não há o anseio pelo lucro, o capital financeiro não é o que primordialmente rege as relações dos fãs produtores, pelo menos essa é a crença dentro dos fandoms, como aponta Sigiliano e Borges (2019).

Os grupos de fãs se conectam através das atividades interpessoais que realizam, como trocas de informações, objetos e vão assim construindo status cultural dentro de sua comunidade e por consequência “(...) capital social — redes de contatos, cooperação e confiança que unem um grupo” (Fraade-Blamar e Glazer, 2018, p.185).

Não é ingênuo pensar que fãs realmente não estão atrás de dinheiro e poder financeiro, mas seria muito ingênuo acreditar que eles não desejam algum tipo de distinção em relação aos outros fãs. Fãs almejam aquilo que Bourdieu apresenta como poder simbólico.

O poder simbólico é um poder de construção da realidade que tende a estabelecer uma ordem gnoseológica: o sentido imediato do mundo (e, em particular, do mundo social) supõe aquilo a que Durkheim chama o conformismo lógico, quer dizer, <<uma concepção homogênea do tempo, do espaço, do número, da causa, que torna possível a concordância entre as inteligências (Bourdieu, 1989, p.9)

E se há uma briga por poder simbólico, consequentemente há violência simbólica, que Bourdieu também elucida: “A violência simbólica é uma violência que se exerce com a cumplicidade tácita dos que sofrem e também, com frequência, dos que

exercem, na medida em que uns e outros são inconscientes de exercê-la ou de sofrê-la” (Bourdieu, 1997, p.22).

Na busca pelo poder simbólico, as produções de fãs acabam seguindo e ao mesmo tempo fazendo a manutenção do que Bourdieu vai chamar de *habitus*, que seria sistemas, estruturas, gostos e práticas de um campo, “*habitus* são princípios geradores de práticas distintas e distintivas” (Bourdieu, 1996, p.22). E o campo, outro conceito de Bourdieu para pensar a produção de fãs, um espaço de disputas simbólicas, que em certo grau é estruturado pelo *habitus* e também o estrutura.

Um campo é um espaço social estruturado, um campo de forças - há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço - que é também um campo de lutas para transformar ou conservar esse campo de forças. (Bourdieu, 1997, p. 57)

Sendo assim, apesar da produção de fãs não ter o capital financeiro como um dos seus principais objetivos, ela ainda está inserida no campo da indústria apresentada por Adorno e Horkheimer (1985) e se valendo do *habitus* deste campo para obter poder simbólico. Além de ser a principal estruturadora e agregadora do que é necessário para construir e manter um fandom.

Ademais, o mundo das produções de fãs é inegavelmente um espaço de criação e espontaneidade, espontaneidade essa que é prontamente absorvida pela indústria cultural. “Os talentos já pertencem à indústria muito antes de serem apresentados por ela: de outro modo não se integrariam tão fervorosamente” (Adorno e Horkheimer, 1985, p.101).

Nesse trecho de *Dialética do Esclarecimento*, os autores estão tratando do rádio, mas trazendo a análise para o contexto atual, pós popularização da internet, as fanfics e outras produções de fãs servem como um grande aquário onde a indústria pode “pescar” livremente novos talentos, prova disso são as sequências de livros e filmes de Cinquenta Tons de Cinza e After (originalmente fanfics de Crepúsculo e One Direction respectivamente), que apesar de suas qualidades éticas e estéticas altamente questionáveis, foram mercadologicamente frutíferos para a indústria cultural.

O fan film *Voldemort: Origins of the Heir*,⁶ que possui milhões de visualizações no YouTube, conta a história do vilão da saga de livros e filmes Harry Potter, pré-canon

⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=C6SZa5U8sIg>

(antes dos eventos narrados no produto cultural que dá origem ao fan film). “A produção, inclusive, foi autorizada pela Warner Bros., a detentora dos direitos cinematográficos de Harry Potter, com a condição de não haver lucros” (Rolling Stone, 2018).

Apesar da não obtenção de lucro direto com o filme sobre Voldemort, a franquia Harry Potter adquiriu mais um produto para o seu acúmulo de bens culturais, o que por si só fortalece o capital de bens culturais da Warner e também oferece ao público um produto “limpo” de toda a polêmica que envolve a escritora JK Rowling e o escândalo sobre transfobia.

Segundo o artigo de Jake Kanter, em 7 de março de 2024, na *Deadline*,⁷ JK Rowling criadora do universo Harry Potter, foi denunciada à polícia de Northumbria acusada de transfobia pela jornalista India Willoughby, após se recusar a usar os pronomes pelos quais India se identifica e zombar abertamente da jornalista na rede social X (antigo Twitter), além disso, no ano de 2020, compartilhou comentários transfóbicos na mesma rede social.

Fãs são consumidores engajados, que apesar de consumirem produtos de uma indústria alienante, aos moldes que Adorno e Horkheimer nos apresenta, são analíticos ao consumir, eles não apenas leem o texto que está diante deles, sendo esse texto um livro, filme, ou desenho, eles também esquadrinham as obras que admiram, identificam lacunas e as preenchem com suas subjetividades, como apresenta Maria Vargas (2015) ao tratar das fanfics como um meio de letramento.

Sendo assim, os fãs analisam seus objetos de admiração por inteiro incluindo seus criadores e isso pode acarretar mudanças de percepção dentro de um fandom e “cada mudança dentro de um fandom obriga os fãs a reavaliarem se os novos valores de seu objeto de fã ainda combinam com os seus próprios” (Fraade-Blanar e Glazer, 2018,p.251).

O caso de transfobia envolvendo JK Rowling não decreta o fim da franquia Harry Potter, mas com certeza provoca um distanciamento de fãs mais engajados em pautas sociais e de gênero. Por esse motivo, mesmo que a Warner não lucre diretamente com exibição de *Voldemort: Origins of the Heir*, este produto vende a imagem da franquia Harry Potter, de uma forma quase desassociada de JK Rowling e ainda por

⁷<https://deadline.com/2024/03/jk-rowling-reported-to-police-india-willoughby-1235848690/>

cima envolta de uma aura de pureza e devoção por ser um objeto fã algo que por essência não visa o lucro financeiro, mas que acaba fomentando o desejo dos fãs e consumidores de adquirirem produtos conectados a franquia, licenciados ou não, já que para um fã não basta assistir, tem que vestir, tatuar, comer, evidenciar aquilo que se é e a qual grupo ele pertence (Fraade-Blanar e Glazer, 2018).

Ao mesmo tempo, não é justo resumir a produção de fãs a uma simples propaganda gratuita de produtos da indústria cultural, muitas produções de fãs abordam e aprofundam temas que muitas vezes são negligenciados pela indústria cultural ou tratados de forma rasa. Durante as reuniões do Núcleo de Estudos e Pesquisas de Fanfic⁸ (NEPF) e ao longo de anos de pesquisa sobre produção de fãs em sites de fanfic, foi possível identificar como esse universo foi importante para muitos compreenderem suas sexualidades e aceitá-las.

Não é incomum encontrar fanfics que abordem a sexualidade, identidade de gênero, tenham protagonistas femininas independentes e pessoas com deficiência (PCDs), como é o caso da fanfic *True Acceptance*⁹ da escritora fã KitKatKatherine, (baseada no k-drama *True Beauty*), que conta a história do protagonista Seojun um jovem que está se preparando para ser um cantor de sucesso, e após ficar cego em um acidente de carro, tem que aprender a viver essa nova realidade sem desistir do seu sonho e de seu talento.

Além da própria narrativa de *True Acceptance* que apresenta as dificuldades, os preconceitos e toda a luta que uma pessoa com deficiência visual passa, a autora compartilha com os leitores sua própria vida e deficiências, revelando ao longo da publicação dos capítulos seus problemas de saúde, como lida com eles, as pesquisas que realiza para retratar Seojun de forma realista e respeitosa, entregando um trabalho empático e conscientizador.

Este é um exemplo de como a produção de fãs influencia positivamente, mas nem sempre é assim, infelizmente também é comum encontrar produções que reproduzem violências e preconceitos. O mesmo mundo que permite se reconhecer e se aceitar sexualmente, muitas vezes é espaço de romantização de violência sexual e relacionamentos abusivos.

⁸<https://nepfanfic.tumblr.com/>

⁹ <https://archiveofourown.org/works/36252412/chapters/90372355>

Ao comentar sobre a televisão, Bourdieu (1997) explica seus perigos, sua capacidade de através da imagem criar verdades e o papel do jornalista nisso, apesar do foco de Bourdieu nesse texto ser a televisão, as contribuições do sociólogo francês também servem para alertar sobre os perigos da internet, das redes sociais, da produção de fãs e consequentemente o papel dos fãs produtores.

Ao produzir conteúdos na internet, fãs produtores também promovem situações carregadas de “implicações políticas” que desencadeiam diversos sentimentos potentes, comumente negativos como racismo, sexismo, lgbtfobia “(...) e a simples narração, o fato de relatar (...) implica sempre uma construção social da realidade capaz de exercer efeitos sociais de mobilização” (Bourdieu, 1997, p.28).

Considerações finais

Entender a produção de fãs, a partir das contribuições de Bourdieu, Adorno e Horkheimer, possibilita uma visão crítica e estruturada sobre o objeto, identificando a dualidade entre manter a estrutura de um campo ao mesmo tempo que tenta modificá-lo resistindo às suas regras. Ao se utilizar dos produtos da indústria cultural, se apropriando também de suas técnicas, a produção de fãs se insere no campo da indústria cultural contribuindo para sua manutenção, divulgando e promovendo seus produtos e aquecendo seu mercado, porém, também transgredir regras deste campo ao não visar lucros, distribuir livremente bens culturais e borrar a compreensão de autoria e propriedade intelectual.

Ao identificar essa dualidade é possível abordar de maneira mais consciente e honesta as potencialidades do uso da produção de fãs na elaboração, distribuição e consumo de produtos culturais através das diferentes mídias.

Referências

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

BARRETO, Eloá Gaspar. **Produção de Fã : tudo e muito mais....** 2022.76 f. Monografia (Especialização em Linguagens Artísticas, Cultura e Educação) Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro, Nilópolis, 2022.

BERNARDO, Fernanda C. S.; LIMA, Mariane B.. K-pop: a cultura popular coreana influenciando o Brasil. In: XV ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, Salvador, 2019. Disponível em

<<http://www.xvenecult.ufba.br/modulos/submissao/Upload-484/112160.pdf>>. Acesso em: 6 set. 2021.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 1989.

_____. **Razões práticas...**: sobre a teoria da ação. Campinas: Papirus, 1996.

_____. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

FRAADE-BLANAR, Zoe; GLAZER, Aaron M.. **Super fandom**: como nossas obsessões estão mudando o que compramos e quem somos. Rio de Janeiro: Anfiteatro, 2018.

KANTER, Jake. **J.K. Rowling Reported To Police By Former ‘Big Brother’ Contestant Over “Transphobia”; Rowling Says She Has Harassment Claim Against Presenter**. Deadline. 7 mar. 2024. Disponível em: <<https://deadline.com/2024/03/jk-rowling-reported-to-police-india-willoughby-1235848690/>>. Acesso em: 9 maio 2024.

HARRY Potter: filme sobre Voldemort feito por fãs acumula milhões de visualizações. **Rolling Stone**, 17 jan. 2018. Disponível em: <<https://rollingstone.uol.com.br/noticia/harry-potter-filme-sobre-voldemort-feito-por-fas-milhoes-visualizacoes/>>. Acesso em 27 out. 2020.

ROSA, Daniela Fernandes C. da. **O que os k-dramas querem?**. 2019. 94 f. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em História da arte) – Instituto de artes, Curso de história da arte, Universidade Federal do Rio Grande do sul Porto Alegre, 2019.

SIGILIANO, Daiana; BORGES, Gabriela. Fansubbing: o diálogo entre a competência midiática e a produção dos fãs de ficção seriada. **Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática**. Santa Maria, v. 18, n. 38, 2019.

SINGER, Ben. Modernidade, hiperestímulo e o início do sensacionalismo popular. In: CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa R. (org). **O cinema e a inovação da vida moderna**. São Paulo: Cosac Naify, 2001.

_____. “O melodrama é um fenômeno global” [Entrevista concedida a] Denilson Lopes; Igor Sacramento; Mariana Baltar. **Revista EcoPós**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 2, p. 1-7, 2014.

SOUSA, Inês Fernandes. **O fenómeno do “fansubbing” em inglês**: principais normas de tradução e legendagem. 2011. 115f. Dissertação (Mestrado em Tradução) Universidade De Lisboa Faculdade De Letras Mestrado Interdepartamental: Departamento De Estudos Germanísticos, Lisboa, 2011.

VARGAS, M.L.B. **O fenómeno Fanfiction**: novas leituras e escrituras em meio eletrônico. Passo Fundo: Ed. Universidade de Passo Fundo, 2015.